

UNIVERSITÉ DE PARIS — FACULTÉ DE DROIT

MONOGRAPHIE
D'UNE INDUSTRIE DE LUXE

LA HAUTE COUTURE

THÈSE POUR LE DOCTORAT EN DROIT

PRÉSENTÉE ET SOUTENUE

le 13 Mars 1931 à 14 heures

PAR

Philippe SIMON

Le Président : M. TRUCHY, Professeur

Suffragants : MM. LESCURE, Professeur
MAUNIER, Professeur

1931

LES PRESSES UNIVERSITAIRES DE FRANCE

49, Boulevard Saint-Michel, 49

PARIS

421

MONOGRAPHIE
D'UNE INDUSTRIE DE LUXE

LA HAUTE COUTURE

**La Faculté n'entend donner aucune approbation
ni improbation aux opinions émises dans les
Thèses ; ces opinions doivent être considérées
comme propres à leurs auteurs**

UNIVERSITÉ DE PARIS — FACULTÉ DE DROIT

MONOGRAPHIE
D'UNE INDUSTRIE DE LUXE

LA HAUTE COUTURE

THÈSE POUR LE DOCTORAT EN DROIT

PRÉSENTÉE ET SOUTENUE

le 13 Mars 1931 à 14 heures

PAR

Philippe SIMON

Le Président : M. TRUCHY, Professeur

Suffragants : MM. LESCURE, Professeur
MAUNIER, Professeur

1931

LES PRESSES UNIVERSITAIRES DE FRANCE

49, Boulevard Saint-Michel, 49

PARIS

A MA MERE

P. S.



Digitized by the Internet Archive
in 2026

INTRODUCTION

La couture française occupe une place éminente dans l'activité nationale et internationale de notre pays.

Industrie presque exclusivement parisienne, elle emploie près de 300,000 ouvriers et ouvrières.

Dans notre commerce d'exportation de marchandises de luxe, elle tient le second rang immédiatement après les tissus.

Elle est le pivot de toute une série d'industries accessoires, dentelles, broderies, maroquinerie, ganterie, joaillerie de fantaisie. Ces industries font vivre près de 150.000 artisans et leur prospérité dépend largement de celle du couturier.

Enfin son indiscutable renommée, l'autorité dont elle jouit dans le monde quant à la mode, la qualité et la valeur de sa production contribuent dans une large mesure au prestige de notre pays à l'étranger.

Longtemps entre les mains d'artisans, elle ne s'est constituée en une véritable industrie que depuis trois quarts de siècle.

Mais à l'inverse de beaucoup des autres industries d'art appliqué dans lesquelles la fonction industrielle l'emporte sur l'activité artistique, elle part essentiellement de l'art pour aboutir à l'industrie.

La prééminence dans son sein de la démarche artistique, la subordination qu'elle impose à la fonction industrielle ou commerciale, forment ses traits essentiels, et lui composent un visage particulier.

De cette caractéristique naissent à la fois sa force et ses faiblesses.

Tant que cette hiérarchie sera conservée, la couture française maintiendra son prestige. Mais on pense bien que l'industriel mécontent du rôle de second cherche à soumettre l'artiste.

Leur rivalité pose toute une série de problèmes, d'un tour juridique aussi bien qu'économique dont l'origine et la solution sont liées à la valeur de la couture en tant que manifestation artistique. ,

On distingue à l'intérieur de la couture plusieurs catégories qu'on a accoutumé de désigner sous les noms de Haute, Moyenne et Petite Couture.

On verra qu'elles se distinguent moins les unes des autres par l'importance matérielle que par la puissance créatrice. Une maison occupant peu d'ouvriers, d'une puissance financière limitée. peut appartenir à la Haute Couture si elle contribue à la gestation de la mode, c'est-à-dire au renouvellement dans les formes du vêtement.

En France, la Moyenne et la Petite Couture, qui tirent leurs idées et leur inspiration des créations de la Haute Couture, dépendent étroitement de celle-ci en ce sens que leur prospérité est faite de la vigueur

créatrice de celle-ci. On verra qu'à l'étranger, au contraire, la confection s'est emparée à peu près entièrement du marché de la robe à prix moyens ou à bon marché.

Les problèmes qui se posent à la Haute Couture en France sont en grande partie ceux de la couture en général. Si la Haute Couture venait à disparaître, si elle cessait un instant son effort de renouvellement, la couture française en aurait terminé de son rôle mondial. Aussi est-ce à celle-là que cette étude sera surtout consacrée.

Il a paru nécessaire de l'examiner d'abord dans sa fonction artistique afin de rechercher et d'établir les fondements — en droit naturel à défaut d'un autre, bien souvent — de la propriété du modéliste de couture sur ses modèles.

L'appropriation du modèle donne à l'artiste sa seule arme contre l'industriel et lui permet de conserver sa position éminente en face de la puissance financière que ce dernier représente.

Aussi bien est-ce une position favorable du point de vue du génie français essentiellement créateur.

De là vient que la question de la propriété artistique domine toute cette matière.

On étudiera ensuite les liaisons de la couture avec ses fournisseurs, tissus, accessoiristes, industries rattachées ou annexes, non seulement quant aux méthodes commerciales, mais aussi en s'efforçant de mettre en lumière l'étroite solidarité des industries françaises de luxe entre elles.

Enfin, on s'attachera à l'analyse de l'organisation commerciale de la couture, des questions relatives à l'exportation et des problèmes particuliers au marché français.

On verra qu'il règne dans cette industrie, en pleine évolution, une manière d'anarchie ou plus exactement un gaspillage de puissance.

La part de folie qu'on accorde à l'artiste aux défauts duquel le modéliste de couture participe n'est qu'une explication facile et peut-être une défaite.

La jeunesse relative de la Couture en tant qu'industrie serait une meilleure explication.

Trois quarts de siècle ne composent, en effet, qu'une expérience insuffisante, surtout en matière de commerce international.

On pourrait trouver d'autres explications dans l'insuffisant crédit dont elle jouit auprès des pouvoirs publics. La prévention de frivolité qui pèse sur elle, la bienveillance narquoise avec laquelle on accueille ses doléances, sa qualité d'industrie de luxe dont on lui fait comme un opprobre expliquent, dans une large mesure, ses faiblesses.

Il semble à certains que la Couture française soit à l'heure actuelle à un tournant de son évolution.

Les préoccupations de ses dirigeants reflètent une crainte qu'ils partagent tous : cette industrie, au sein de laquelle les valeurs de qualité l'emportent, a-t-elle encore sa place dans une civilisation où les problèmes de quantité priment les autres ?

D'autre part, sa position de vedette mondiale fait converger vers elle l'essentiel des efforts de l'étranger pour déplacer le centre du marché du luxe et de la création en matière d'art appliqué.

Cette menace principalement américaine est d'autant plus sérieuse que les Etats-Unis possèdent maintenant plus que l'Europe la richesse nécessaire à la vie et au développement de ces industries.

Comme à l'aube du xvii^e siècle, la France a ravi aux oligarchies mourantes de Venise, de Florence, de Gênes le monopole des arts du luxe, verrons-nous New-York nous enlever cette suprématie et avec elle un des éléments essentiels, sinon le principal, de notre prospérité?

Tel est l'important débat qui se joue actuellement autour de la Haute Couture.

Aussi peut-il être utile d'étudier d'une manière assez précise l'organisation de cette industrie, de rechercher les éléments de sa puissance et les causes de ses faiblesses, d'analyser les moyens par lesquels on tente de la circonvenir, de s'emparer d'elle ou de l'annihiler, d'examiner enfin les solutions qui pourraient être données à ces problèmes.

GÉNÉRALITÉS

La Haute Couture en tant qu'industrie ne remonte guère au delà de 1850.

Jusqu'à cette époque le couturier n'était en général qu'un artisan exécutant une robe ou un manteau, sur les indications de ses clientes. Celles-ci, selon leur rang, leur élégance ou leur célébrité, lançaient des types de costumes qu'on s'empressait de reproduire et d'imiter autour d'elles.

Avec Charles-Frédéric Worth, le plus ancien couturier du type actuel, qui eut l'idée de présenter des séries de modèles préparés par avance pour les diverses circonstances de la vie mondaine, l'initiative passa de la cliente au couturier.

De cette sorte de révolution naquit une systématisation dans la parure. La robe en elle-même, jusqu'alors réduite à un rôle de second plan, au profit des tissus qui la composaient, des garnitures diverses, dentelles, broderies, et colifichets dont elle ne fournissait que le support, devint la pièce essentielle et la plus changeante de la parure féminine.

Le couturier ravit la première place au soyeux ou au lainier, au brodeur ou au dentellier.

On le voit dès lors, comme ceux-ci, réclamer des lois et du Juge la protection de ses modèles; d'artisan il est devenu créateur.

Bien plus il ordonne autour de lui ces diverses industries; il les soumet à ses règles et à ses nécessités.

Pendant de longues années on le verra bannir tour à tour les dentelles ou la broderie, imposer les tissus unis, car il ne s'accomplit que dans une robe blanche ou noire ne tenant que d'elle-même sa valeur ou son éclat.

Les arts du tissu, mais surtout des accessoires ou des garnitures, broderies ou dentelles, sacs, chapeaux, bas ou chaussures, la joaillerie cessent de mener une vie indépendante; ils obéissent au genre de la robe qu'ils complètent et achèvent.

Au delà de l'initiative heureuse d'un commerçant avisé, il faut trouver les origines de cette évolution dans les transformations qui ont marqué au ^{xix}^e siècle notre civilisation.

La multiplicité et la facilité des moyens de se déplacer avec les chemins de fer ont bouleversé nos mœurs. La mobilité sans cesse accrue de l'homme a amené une interpénétration rapide et continue des différents groupes humains, des collectivités régionales ou nationales.

Une sorte d'unité dans les coutumes et dans les mœurs tend à remplacer l'ancienne diversité du monde.

Le costume n'a pas échappé à cette évolution. C'est parce qu'il va devenir facile et rapide d'atteindre Paris ou Londres qu'on va abandonner peu à peu les costumes nationaux, les vêtements traditionnels; et

que l'on s'habillera selon les normes fixées par ces deux villes qui sont alors les pôles attractifs du monde civilisé.

Cette évolution se précipitera d'autant plus que les moyens de transport deviendront plus rapides et plus nombreux.

Parallèlement, l'image et le catalogue, la vitrine et le prospectus vulgariseront le type de costume adopté par ces villes, type uniforme à un moment donné.

Tous l'adoptent et ce phénomène n'est que la manifestation dans un domaine particulier de la marche du monde vers les standards.

Ainsi s'explique que l'art tout subjectif de la parure se soit industrialisé.

De cette contradiction est née la mode dans le sens actuel de ce mot.

Dans son analyse la plus large, la mode dans les industries de luxe et singulièrement en couture est avant tout la revendication d'un droit à la fantaisie contre l'uniformité et le type. Elle est un effort pour échapper à la monotonie du standard, dont le triomphe est la conséquence de la facilité et de la rapidité des relations dans le monde actuel.

Par un phénomène bienfaisant, à la diversité dans l'espace que représentaient les costumes provinciaux ou nationaux dont la disposition et la coupe variaient à peine d'une génération à l'autre, se sont substituées une uniformité dans l'espace à un moment donné et une diversité dans le temps que créent les changements de mode.

Longtemps, en effet, les formes du vêtement, sa coupe, sa confection furent invariables de longues années durant, fixité qui subsiste encore dans certains costumes comme l'amazone et le manteau de cour dont il est à peine permis de modifier la disposition traditionnelle et si l'on peut dire les dimensions réglementaires. Mais de classe à classe, de la campagne à la ville, de province à province, ces formes changeaient.

Le modéliste qui remplaça le coupeur d'habit imposa peu à peu à tous une certaine disposition du vêtement, mais il la renouvelle de saison en saison.

Cette sorte de dépossession de l'individu par le professionnel dans l'initiative de la parure, le fait qu'elle s'adresse moins à telle femme en particulier qu'à certaines catégories de femmes sont les caractéristiques de la Haute Couture, telle qu'elle s'est développée en France depuis 75 ans environ et dont qu'elle participe à la fois de l'art et de l'industrie.

Par là elle se distingue de la plupart des industries étrangères de la couture dans lesquelles l'activité créatrice est très limitée.

Par maisons de Haute Couture il y a lieu d'entendre celles dont la fonction est de créer des modèles originaux de vêtements, soit à l'aide des ressources techniques du métier, coupe, travail et disposition de l'étoffe, soit par le moyen des combinaisons des teintes des tissus ou de divers tissus entre eux, soit encore par un emploi particulier des garnitures de telle sorte que

le modèle présente à l'œil un caractère de nouveauté et de non-déjà-vu.

C'est de cet effort d'invention et de l'adhésion qu'il rencontre auprès de la clientèle que naît la mode.

Ainsi une mode n'est pas tel manteau ou telle robe, mais une idée, une méthode, une technique.

Sa naissance est vite connue. Adaptée, modifiée, simplifiée, réduite à ses caractéristiques essentielles, la mode pénètre bientôt chez la couturière de quartier, dans le grand magasin, enfin dans la confection en série.

La démarche créatrice du modéliste s'analyse idéalement dans un effort pour dégager les traits communs et les caractères généraux d'une époque.

Au delà de la diversité des goûts particuliers elle tend à saisir une certaine manière d'être ou de sentir et la communauté profonde et obscure des désirs humains à un moment donné. Il appartient au couturier de les exprimer, de les concrétiser selon les moyens de sa technique et les ressources de son matériau propre, le tissu.

Elle ne diffère donc pas en elle-même, des tentatives du peintre, ou de l'écrivain.

Les unes et les autres sont des manifestations écrites ou plastiques de l'esprit d'une époque. Dans l'expression stylisée des désirs, des appétits, elles reflètent une conception momentanée de l'homme et des choses.

De même enfin que telle œuvre dépassant le cadre limité de l'époque atteint derrière les colorations par-

ticulières à son temps les normes générales de l'esprit humain, il est des robes si accomplies qu'elles restent au-delà de formes fugitives de la mode comme des types auxquels les couturiers ne cesseront de se référer et de se rapporter.

Un examen rétrospectif du costume montrerait d'une manière évidente à quel point la couture est solidaire des évolutions des arts plastiques ou de la littérature. Non seulement on date une robe aussi aisément qu'un livre, un meuble, un tableau, mais encore on trouve des uns aux autres une concordance absolue à un moment donné.

L'histoire des mœurs pourrait s'écrire à l'aide des changements du costume aussi bien qu'au moyen des documents plastiques ou écrits.

Cependant l'effort créateur du couturier ne peut s'exercer que dans d'étroites limites. Les audaces du peintre ou du littérateur lui sont interdites parce que ses productions sont destinées à un usage pratique tout à la fois immédiat et éphémère, ce qui exclut les changements brusques au profit de lentes évolutions dans un ordre coutumier et traditionnel par quoi se survit l'ancienne immobilité dans les formes du vêtement.

S'il l'oublie et s'abandonne à la gratuité dans son art, le couturier devient un costumier.

De ces difficultés ses réussites tirent leur prix.

Maître d'une technique, instruit du sens dans lequel il doit l'appliquer, ou si l'on veut du style du moment,

le modéliste se propose alors de nouvelles délimitations ou plutôt elles lui sont imposées par sa propre nature.

Il peut essayer à l'expression des tempéraments, des individualités, avec leurs colorations essentielles et particulières. L'humanité lui apparaît dans le distinct, il ne la ressent que dans sa diversité.

La connaissance psychologique de la cliente ne lui est pas moins nécessaire qu'au portraitiste celle de son modèle. Généralement d'ailleurs, il ne réussira parfaitement que dans une seule direction, dans l'expression d'une seule catégorie de sentiments.

Les uns refléteront les sentiments joyeux, la jeunesse, la candeur, la fantaisie; d'autres au contraire céderont à la sollicitation des sensibilités généreuses et blessées, des mélancolies, de l'inquiétude.

Les femmes le sentent bien dans l'élection qu'elles font de telle ou telle couturière, élection que dictent rarement les raisons commerciales ou la qualité du travail. Une femme bien habillée est toujours, en effet, celle chez qui on peut remarquer une concordance parfaite entre le vêtement et le genre d'âme ou d'esprit et son choix va d'instinct vers le couturier qui l'habille et la pare selon ses goûts intimes et profonds.

Tout à l'opposé, d'autres concrétiseront le groupe ou la caste.

Au lieu des valeurs individuelles, ce sont les valeurs sociales qu'ils mettent en lumière. Il leur faut expliquer l'individu non plus dans ce qu'il a d'unique et d'inassimilable, mais en fonction de celles-ci, depuis

la situation de fortune — expression relativement aisée mais dont le danger est dans le mauvais goût et le style riche — jusqu'aux hiérarchies intimes et compliquées de la mondanité, manifestation plus difficile parce qu'elle doit être voilée où l'écueil est dans la sécheresse.

L'étude des mœurs l'emporte sur la connaissance des âmes, la composition sur l'inspiration, le savoir-faire sur l'intuition.

Le goût des émotions ou celui des convenances, de la personnalité ou des règles et des principes l'emportent tour à tour dans une société.

Avec le mouvement des mœurs, le succès va de l'une à l'autre de ces catégories de couturiers, selon les illusions qu'ils peignent.

La période d'après guerre, le mélange des classes et le triomphe de l'individu rompant avec les traditions ont profité à ceux d'entre eux que leurs goûts portaient vers l'expression du subjectif.

Ils en vinrent à bouleverser les formes traditionnelles du vêtement.

Le triomphe de la robe courte qui apparut comme le symbole de la libération de la femme est leur œuvre.

Il semble qu'un revirement durable et qui n'est pas une réaction ainsi qu'on le prétend assez généralement, se dessine à l'heure actuelle.

Comme en droit public et entre gouvernements, une manière de liquidation de la guerre et de l'après guerre se dessine dans les mœurs.

La société bouleversée au lendemain du cataclysme se stabilise dans ses formes nouvelles parmi les nouvelles fortunes consolidées et la reconstitution des catégories sociales.

Le retour aux robes longues a coïncidé avec cette évolution.

Entamé au milieu de 1929, ce mouvement précède de peu l'ensemble des crises financières et économiques qui se sont déclanchées dans le monde entier, vers la fin de 1929, et à travers toute l'année 1930, crises qui marquent le retour à une économie plus saine.

De notre point de vue particulier ce mouvement signifie la revanche du social dans ce qu'il a de plus apparent, et même d'artificiel, la parure, sur l'expression individuelle dans ce qu'elle a de plus naturel, le corps.

Mais quelles qu'aient été ses tendances, si le fondateur d'une maison de Haute Couture a été un créateur aussi autoritaire que doué et si le succès commercial est venu couronner ses efforts, une sorte de tradition s'est créée dans cette maison.

Cette tradition survivra au fondateur et les modélistes qui lui succéderont à la tête de son bureau d'études, atelier de dessin, ou studio de coupe, devront composer avec elle.

C'est qu'en effet la clientèle aux exigences de laquelle il avait donné satisfaction reste attachée à la maison et que des nécessités commerciales élémentaires obligent à conserver cette clientèle.

Cependant, il faut se renouveler parce que la nouveauté est la loi de cette industrie. Aussi est-il nécessaire de trouver un modéliste vigoureux, mais dont les tendances et les moyens d'expression puissent s'adapter à ceux qui constituent la tradition de cette maison et de la clientèle.

On y réussira rarement. Le plus souvent au créateur dont l'autorité incontestée survit succèdera un modéliste sans grande personnalité.

La docilité de celui-ci ne sera qu'imitation. Plus inquiet du genre à conserver qu'attentif à la vie dont son prédécesseur tirait son aliment, son effort tournera au poncif, l'originalité féconde aura disparu ce dont la clientèle s'apercevra rapidement.

L'écueil sera d'autant plus à redouter que la maison sera plus tournée vers ce que nous appelions l'expression de l'individu, car aucune donnée extérieure relativement stable comme la caste ou le groupe n'existe dans ce cas pour accorder le crédit de temps nécessaire, soit à la formation du modéliste nouveau, soit au recrutement d'une clientèle différente.

On touche ici une des difficultés les plus grandes de la Haute Couture en tant qu'industrie et ce par quoi s'explique que des maisons, en apparence extrêmement solides, bien organisées, riches, ayant un renom mondial, et une clientèle étendue disparaissent peu à peu.

Si au contraire le modéliste choisi a une personnalité accusée, il se trouve bientôt à l'étroit dans le cadre que lui impose la tradition de la maison qui l'emploie.

Il étouffe: les modèles qu'il crée portent la marque du compromis maladroit, des transactions qui lui répugnent entre ce qu'il voulait faire et ce qu'il a dû faire.

Il ne tardera pas à quitter cette maison dont l'air lui paraît irrespirable et fondera lui-même une entreprise dont il sera le maître incontesté et l'animateur.

Il paiera sa liberté des responsabilités et des tracasseries financières et commerciales du chef de maison débutant, rôle auquel il est le plus souvent mal préparé, mais qui est la rançon de son droit à se réaliser.

Ainsi naît d'une manière continue une « jeune » couture dont les méthodes s'opposent à celles des anciennes maisons.

La « jeune » couture se caractérise par une audace singulièrement plus grande dans la création.

Elle fait évoluer la mode, la vivifie, la féconde.

Mais l'instabilité commerciale est pour de longues années son lot. Ses besoins financiers sont grands. Sans réserves importantes, sa trésorerie est mal assurée alors qu'elle doit consentir de longs crédits à ses clientes. Comme, en outre, elle ne dispose pas encore d'un large débouché commercial, elle est entièrement entre les mains de ses premiers clients, audacieux et intelligents sans doute, mais exigeants et, en particulier, des acheteurs étrangers dont on verra plus loin l'avidité et les dangers qu'ils font courir à la couture, mais qui assurent à une maison débutante une large publicité et un renom mondial.

C'est à l'opposition des nécessités commerciales

entre jeunes et anciennes maisons que se sont heurtées et ont échoué toutes les tentatives d'union de la couture, union pourtant si désirable et si nécessaire.

On voit la part de risque que comporte une entreprise de Haute Couture.

Des capitaux importants sont engagés et pourtant le succès est imprévisible.

Pas plus qu'au boursier, il n'est permis au modéliste d'avoir raison trop tôt, de devancer de trop loin son époque et cependant le dynamisme est sa loi et sa nécessité.

Etre incompris ou compris trop tard est aussi funeste au couturier que de ne pas se renouveler. Dans l'un et l'autre cas c'est la ruine de sa maison.

Au cours de son effort quotidien, poursuivi dans le sens du large mouvement qui entraîne son époque et dans le cadre de sa maison, c'est-à-dire de sa clientèle, le modéliste crée la mode.

La mode est une variation sur le style d'une époque.

La créer est s'efforcer de s'exprimer, d'étonner et de charmer d'une manière toujours renouvelée. C'est affaire d'intelligence ou plutôt d'intuition, d'imagination et de goût.

Le terme mode dans son sens courant, c'est-à-dire désignant une certaine rigueur dans la disposition du costume, dans la combinaison de ses éléments, dans le choix des étoffes et des couleurs ne s'applique pas à la Haute Couture ou pour mieux dire la mode

ne s'impose pas à celle-ci préalablement au travail du modéliste.

La mode naît postérieurement à la création des modèles par la conjugaison de leur valeur propre d'ingéniosité et de l'adhésion de la clientèle de Haute Couture.

Elle résulte de l'élection arbitraire de certains modèles par la cliente, élection où le snobisme, l'enthousiasme et la fantaisie ont leur place à côté de la qualité artistique, de l'originalité et du charme particuliers aux modèles eux-mêmes.

Une série de règles impératives sont tirées de ces modèles exemplaires qui s'imposent alors à la Moyenne Couture et plus tard aux grands magasins et à la confection.

Il existe cependant dès les présentations les diverses collections de Haute Couture, présentations qui ont lieu à la même époque et dans l'espace d'une quinzaine de jours au maximum, une certaine similitude entre les modèles.

Ces similitudes se ramènent d'ailleurs à des indications très sommaires relatives à la coupe du costume ou au choix du matériau, longueur du vêtement, place de la taille, genre des tissus employés, etc...

On croit communément que la mode est déterminée, avant la composition des collections, par un accord entre les dix ou quinze grands couturiers parisiens. On imagine souvent une réunion très secrète entre les chefs des principales maisons, au cours de laquelle seraient fixées les normes à valoir pour la saison.

Cette opinion est si largement répandue, même dans des cercles aussi bien informés que ceux des confectonneurs étrangers, qu'on a vu ceux-ci se plaindre auprès de la Haute Couture parisienne de n'être pas avertis des changements importants de la mode assez tôt pour qu'il leur soit possible d'orienter par avance leurs installations industrielles et le lancement des fabrications.

L'explication logique, en apparence, qu'on donne ainsi de ce phénomène particulier qu'est la mode en Couture, ne correspond en rien à la réalité.

Il n'y a pas d'ententes préalables entre les couturiers. Bien au contraire, chacun se cache jalousement des autres et dérobe autant qu'il le peut les secrets de son atelier de modèles aux regards de ses confrères. Il prend ombrage de l'indiscrétion et se refuse aux influences conscientes.

Pour le couturier aussi bien que pour ses clients, l'unité de la mode est un mystère. Il le comprend mal et pour l'expliquer il en est réduit à des hypothèses.

L'engoûment général pour certains tissus s'expliquerait assez aisément. Le modéliste, en effet, distingue au premier coup d'œil, parmi les collections de tissus qui lui sont présentées, avant la préparation des modèles, par les soyeux et lainiers, ceux des échantillons qui sont les plus nouveaux par leurs dessins et leurs coloris et dont le succès auprès de la clientèle paraît assuré. D'instinct le choix de presque tous les modélistes se portera sur ces tissus.

A cela s'ajoute que le fournisseur lui-même pousse ses clients vers des choix communs, car le lancement commercial des nouveautés sur le marché mondial sera d'autant plus rapide qu'elles auront été adoptées par un plus grand nombre de maisons de Haute Couture.

Aussi, afin de provoquer une importante demande de ses articles, le marchand ne néglige rien de ce qui peut décider le couturier à adopter tel tissu. A la valeur intrinsèque de la marchandise, à ses qualités d'originalité viennent s'ajouter l'argumentation du vendeur et des prix de vente avantageux.

Par ailleurs, le modéliste principal d'une maison de couture est, comme on le sait, entouré d'une sorte d'état-major de modélistes secondaires, qui sont comme ses secrétaires, et dont le rôle est d'établir des projets de robes ou de manteaux selon ses directives.

Pour toute la couture parisienne, ce personnel est peu nombreux. On peut compter que ces modélistes secondaires sont une centaine environ à Paris; ils sont répartis dans les différentes grandes maisons. Presque tous se connaissent et se fréquentent. Des liens de camaraderie ou d'amitié les unissent.

Ils forment entre eux une manière de franc-maçonnerie. Ils se sont composé pour eux seuls une société très fermée où les non initiés seraient dépaysés. Ce milieu intelligent, nerveux et inquiet baigne dans une atmosphère qui lui est particulière et dans laquelle les idées et les conceptions de chacun s'aimantent, s'entrechoquent, se croisent et se complètent.

Qu'on comprenne bien qu'il ne se produit entre eux ni indiscrétions, ni communications des documents ou des projets des maisons auxquelles ils sont attachés, rien enfin qui rappelle de près ou de loin les méthodes de la contrefaçon.

C'est en soi un phénomène d'école et ainsi que des philosophies homogènes sont nées et ont évolué dans les jardins d'Académos ou sous les Portiques d'Athènes, ainsi se forme, à chaque saison, une conception commune du vêtement féminin dans l'étroit périmètre qui s'étend de la rue de la Paix à la place de l'Etoile et dans ses annexes, les hippodromes suburbains et les théâs élégants du Bois de Boulogne.

Cette conception commune dont les modélistes sont imprégnés se reflète nécessairement dans les projets qu'ils établissent.

La suprématie de Paris en ce qui concerne les modèles de couture s'explique sans doute par un certain nombre des qualités de la race française, goût sûr, tact, imagination mesurée, mais plus encore on peut en trouver la raison dans l'existence de cette sorte d'atmosphère que nous venons de décrire et que seule jusqu'ici cette ville possède.

Le couturier avoue qu'il ne saurait créer loin d'elle; il hésite même à éloigner sa maison de la place Vendôme ou des Champs-Élysées alors qu'il semblerait préférable qu'il se rapprochât du quartier de la Commission, de Passy ou du Boulevard Saint-Germain où sont ses clients. *

Bien souvent des entreprises étrangères, américai-

nes, allemandes ou anglaises ont enlevé à prix d'or les meilleures des modélistes parisiennes. Leurs tentatives n'ont jamais abouti. Rapidement ces modélistes perdaient de leur vigueur, leur talent créateur s'étiolait loin de l'atmosphère nourricière et agitée de la rue de la Paix.

Il est des raisons encore plus profondes qui résultent des conditions dans lesquelles les collections évoluent.

Une collection se compose essentiellement d'une série de modèles nouveaux dans leur aspect, mais dont les lignes générales sont directement issues de celles des modèles consacrés par le succès dans la saison précédente. Mais à côté de ces modèles, il en est d'autres qui sont de véritables essais d'une nouveauté plus profonde.

A l'aide de ces modèles on tâte, en quelque sorte, la clientèle. Ces modèles d'essai sont extrêmement différents les uns des autres à l'inverse du reste de la collection dont l'allure est similaire.

Si l'un d'eux attire l'attention, il est retenu et peu à peu on abandonne les anciens types à son profit.

Comme il est rare qu'il réunisse d'une manière éblouissante dès la première présentation, il est mis au point, perfectionné, amendé au cours de plusieurs saisons.

Essai timide d'abord et souvent maladroit, il n'est à l'origine « qu'une idée dans l'air » que flairent obscurément couturiers et clients. Dans cette période de gestation d'autres idées issues de collections différen-

tes viennent se mêler à lui, et en modifier le dessin primitif. Peu à peu il s'affirme et s'impose à la clientèle ou plutôt celle-ci l'impose, et on le retrouve dans la plupart des collections.

Tout se passe en dehors d'une entente entre couturiers, de communications de maisons à maisons, en l'absence de tout plan préconçu.

La preuve en est apportée par ce fait que connaissent bien tous les couturiers sans exception, qu'ils redoutent et dans la crainte duquel le bon administrateur vit constamment : la collection qui ne réussit pas, parce que le modéliste est tombé à côté de ce qu'il fallait faire; échec qu'il est aussi impossible de prévoir que de savoir avant les présentations quels modèles plairont.

La Haute Couture ne connaît que rarement les sauts brusques qui sont généralement considérés comme une des caractéristiques de la mode.

Elle procède par évolutions assez lentes ainsi que les mœurs elles-mêmes qu'elle s'applique à exprimer, évolutions qui seront d'autant plus valables qu'elles correspondront mieux aux mouvements profonds d'une époque.

L'apparente soudaineté dans les changements de la mode n'est que le fait d'un engouement de la clientèle, longtemps inattentive aux lentes transformations des collections et qui brusquement compare; elle ne correspond à une réalité intime qu'à distance et lorsque la Haute Couture se voit obligée de stabiliser

et même d'exagérer les formes proclamées définitives par un public enthousiaste.

Dans le cadre saisonnier des quelques lignes très générales que la Haute Couture adopte dans son ensemble, les modélistes s'appliquent à la préparation de leurs collections.

Selon leur tempérament propre, les uns dessinent, les autres découpent. Dans des ateliers spécialisés, les modèles sont établis en toile de coton, qui est pour le couturier ce que la glaise est pour le sculpteur.

Autour du modéliste principal sont groupés des modélistes secondaires qui composent en quelque sorte l'état-major. Généralement, ceux-ci sont spécialisés dans un genre de vêtement, manteau, robes d'après-midi, robes du soir, costumes de sport, fourrure, spécialisation qui s'explique tant par les différences techniques d'exécution que par la nécessité de connaître d'une manière très approfondie les possibilités des tissus, différents pour chaque catégorie de vêtements.

Ces modélistes établissent des projets de modèles, soit selon leur propre inspiration, soit plus souvent sur les indications qui leur sont données par le modéliste principal.

Chez les uns le goût de la couleur l'emporte; ils recherchent un effet dans l'usage des tissus mélangés. D'autres s'appliquent aux jeux plus secrets de la technique et de la coupe et leurs préférences vont aux

étoffes unies. Certains imaginent la femme à habiller dans le mouvement, et l'agitation et excellent dans le costume de sport ou la robe de bal, d'autres au contraire la conçoivent mieux dans le calme et la noblesse des attitudes, ils la drapent.

Il en est aussi qui tirent leurs inspirations des anciens styles, qu'ils modernisent.

Comme dans tous les arts de l'imagination les possibilités sont infinies.

Les projets exécutés en toile de coton sont soumis au modéliste principal qui les corrige, les complète, les rectifie, n'en conservant le plus souvent qu'une idée qui lui a paru intéressante mais qu'il veut traiter d'une manière différente.

Ainsi le secrétaire soumettant une note à son chef.

Le travail des seconds est donc plié aux traditions de la maison ou aux conceptions personnelles du modéliste principal, ce qui explique tout à la fois l'unité des collections d'une maison aussi bien à chaque présentation que dans la suite des saisons et leur diversité totale à travers les diverses maisons.

Un œil exercé ne s'y trompe pas : un peu d'habitude suffit pour reconnaître le genre de telle maison, la main de telle modéliste.

De la maquette en mousseline de coton ou toile au modèle lui-même bien des démarches restent à accomplir. Vingt fois le projet sera repris, soit que le matériau se dérobe, qu'il ne rende pas comme on l'imaginait, soit que des erreurs de coloris, de combinaisons d'étoffes entre elles se révèlent que la toile

ne marquait pas. Il faut recommencer avec une autre étoffe ou chercher comment on pourrait utiliser celle-ci dont la nouveauté plaira au client.

On mesure déjà ce que la préparation d'une collection représente de dépenses en matière et en main-d'œuvre gâchées.

Pratiquement elle constitue un des postes les plus élevés des frais généraux d'une entreprise de Haute Couture.

L'effort du couturier qui n'est pas différent dans son essence de celui du littérateur et du peintre aboutit, comme ceux-ci, à une création originale, échappant au domaine public et le couturier doit jouir d'un droit de propriété sur son modèle comme le poète ou le compositeur sur leurs œuvres.

Comme ceux-ci le modéliste imaginant une robe obéit à l'appel du Beau. Le subjectivisme, l'expression d'une certaine conception personnelle du monde et des choses dominant son effort. Le nier serait montrer qu'on ignore tout de l'atmosphère des studios des couturiers et les difficultés que l'administrateur d'une maison de couture rencontre pour faire comprendre à son modéliste les exigences du salon de vente, si celles-ci se heurtent à la personnalité du modéliste.

Il convient de poser très exactement la question. On reconnaîtra que le problème de l'appropriation du modèle de couture dépasse singulièrement le simple cadre d'une dissertation juridique Il est à la base de près de la moitié de notre commerce d'exportation

et partant de notre prospérité nationale et il domine les difficultés propres au marché intérieur.

Notre situation exportatrice repose, en effet, pour une part considérable sur notre position prépondérante quant au commerce de luxe et de demi-luxe; elle dépend donc du modèle d'art appliqué, qu'il s'agisse de l'orfèvrerie, de la maroquinerie, de la joaillerie, du meuble aussi bien que de la couture.

Or, faute d'une législation protégeant le modèle, et étant donné les barrières douanières qui suppriment entre pays le libre jeu de la concurrence, le commerce français de luxe tend de plus en plus à se limiter à l'échantillonnage du monde civilisé.

On peut envisager l'époque à laquelle l'étranger se bornera à prendre nos idées, sans acheter même le modèle : le développement des organisations de stylistes est une indication précise de cette menace.

D'autre part, la contrefaçon en France constitue un péril pour la création.

Du point de vue juridique, le problème peut se poser dans les termes suivants.

Il est nécessaire que le modèle d'art appliqué, c'est-à-dire devant être reproduit par des moyens mécaniques et appelé à des usages quelconques, soit susceptible d'appropriation dans tous les pays du monde civilisé et que les modes d'appropriation soient aisés, peu coûteux, non soumis ou soumis à des formalités simples, qu'ils soient enfin dans tous les pays indépendants de l'arbitraire ou de l'examen administratif, pour ne plus relever que de l'appréciation du juge, de

l'expertise judiciaire quant au caractère d'originalité ou de nouveauté.

On conçoit en effet que si les formalités de constatation de la propriété sont ou difficiles ou dispendieuses, si elles doivent être répétées de multiples fois, le créateur y renoncera, soit qu'il recule devant des frais considérables, car à la production restreinte du littérateur ou du peintre s'oppose, dans ce cas, une production très variée et des modèles nombreux, soit qu'il ignore ce qui arrivera généralement les précautions variables d'un pays à l'autre dont il devra s'entourer.

Enfin, si plus encore, la propriété n'est constatée qu'après un examen par des autorités administratives selon le type du Patentamt allemand en ce qui concerne les brevets d'invention, une telle propriété est pratiquement sans intérêt pour le créateur d'art appliqué dont le modèle est éphémère : son droit naîtra bien après que les modèles seront passés de mode qu'ils auront perdu de leur nouveauté et qu'il les aura abandonnés.

Ces remarques permettent de classer les législations des principaux pays composant le marché du modèle.

Ces législations quand elles existent résultent de la combinaison :

- a) des lois nationales,
- b) des conventions internationales, en l'espèce, la Convention d'Union de Paris de 1883, révisée et modi-

fiée notamment par les Conventions de Bruxelles (1900), de Berlin (1908), de Washington (1911),

c) des traités particuliers de réciprocité entre Etats.

On voit que la matière est complexe et variable d'un pays à l'autre.

L'étude des législations internes est bien entendu à la base de tout examen.

On peut, grosso modo, distinguer deux points de vue très nettement opposés.

L'un que représentent les législations française, belge et allemande, point de vue en vertu duquel l'art appliqué est soustrait à la législation industrielle; soit qu'un droit particulier lui soit conféré, soit qu'il soit assimilé aux beaux-arts proprement dits, comme c'est à peu près le cas en France.

Sur d'autres législations, au contraire, même si elles comprennent des lois particulières aux dessins et modèles, plane la vieille et insoutenable confusion entre l'art appliqué et l'industrie dans le véritable sens du mot, entre le brevet d'invention et le modèle destiné à une reproduction mécanique.

Le fait qu'un modèle peut être reproduit mécaniquement suffit à ces législations pour lui dénier la large protection accordée aux œuvres d'art, sculpture, gravure ou littérature, comme si, dans l'édition d'un livre ou d'une gravure par exemple, la mécanique n'intervenait pas autant que dans la confection d'une robe de Haute Couture, dans laquelle l'exécution manuelle par l'ouvrière a la plus large part.

Veut-on distinguer, malgré tout, entre le modèle

de l'ébéniste ou du couturier destiné à un usage pratique et dont l'auteur retire un profit pécuniaire et la création gratuite et désintéressée du poète? Mais on voit bien que le critérium (si même il existe car le poète peut tirer un bénéfice de son poème) n'a de valeur qu'éthique mais non esthétique.

Confondre, comme le font ces législations, l'effort du modéliste et celui de l'ingénieur, parce qu'ils s'expriment par des moyens voisins, c'est ignorer ou ne pas voir la distinction essentielle qui les sépare.

L'ingénieur se réalise dans un monde objectif et nécessaire conditionné par des lois d'ordre physique.

Son invention relève de la vérité scientifique qui est obligatoire et unique.

Dès lors on comprend qu'une propriété quiritaire ne puisse lui être accordée et que sa découverte ou son invention se trouve grevée dès l'origine d'une servitude au profit de l'humanité, celle-ci ne devant pas être frustrée d'une invention qui contribue à son progrès.

Ainsi s'expliquent et se justifient les restrictions dont l'exercice de son droit de propriété et ce droit lui-même sont entourés. Non seulement les pouvoirs publics se réserveront souvent d'apprécier la nouveauté et l'originalité de l'invention, mais encore on les verra imposer l'obligation d'exploiter et d'étroites limitations dans le temps au monopole de l'ingénieur.

Il se dessine dans le droit international de la propriété industrielle une évolution très large dans ce sens. L'inventeur serait en quelque sorte dépossédé de son invention sous réserve d'une rémunération pé-

cuniaire. C'est la théorie de la licence obligatoire : l'ingénieur serait obligé de céder l'exploitation de son brevet pour les pays étrangers moyennant un juste paiement.

Au contraire de l'inventeur, le modéliste s'exprime dans un monde subjectif et contingent.

Rien dans son effort n'est obligatoire que pour lui-même, aucune nécessité qu'intérieure; il se réalise dans la diversité; il choisit dans l'infini des possibles.

Aussi sa tentative relève-t-elle essentiellement des beaux-arts. Ses créations n'ont que la valeur d'une certaine information du monde des lignes, ou des couleurs. Elles n'aboutissent qu'exceptionnellement (parce qu'elles touchent à la mécanique dans l'exécution) à faire naître un monopole à son profit. Dans ce cas qu'il soit soumis aux règles du brevet, ainsi que l'a prescrit la loi française qui stipule que lorsqu'un modèle est à la fois brevetable en tant qu'invention et déposable en tant que création de la forme, c'est à la loi de 1855 qu'il ressortira exclusivement.

En règle générale, le modéliste devrait être assimilé quant à son droit de propriété à l'artiste proprement dit.

On peut ranger les principaux pays clients de la Haute Couture en trois catégories, du point de vue de leur législation.

Les uns, Brésil, Chili, Argentine, n'ont aucune législation protectrice.

Ces pays, dont l'activité est dirigée vers l'agriculture et l'exploitation de leurs immenses richesses

naturelles, n'ont pas encore senti la nécessité de protéger l'art appliqué pour lequel ils sont tributaires de l'étranger.

La propriété littéraire et artistique proprement dite, a, par contre, fait l'objet de dispositions législatives ou réglementaires dans ces pays.

Les Etats-Unis et la Grande-Bretagne présentent le type même de législation où règne la confusion à peu près complète entre la propriété en matière d'art appliqué et la propriété industrielle.

La Charte de la propriété artistique au sens strict du mot est constituée en Grande Bretagne par les lois de 1814 relatives aux sculptures et la loi du 19 Juillet 1862 organisant la propriété en matière de beaux-arts.

Par ailleurs la loi du 18 août 1907, qui a codifié les dispositions légales concernant la propriété industrielle, comprend un certain nombre d'articles relatifs aux dessins et modèles.

Il appartient au législateur de déclarer si l'œuvre d'art appliqué tombe dans l'une ou l'autre de ces deux catégories de lois.

La jurisprudence range les modèles de couture dans le domaine d'application de la loi du 18 août 1907, c'est-à-dire qu'ils sont soumis aux mêmes dispositions administratives, aux mêmes obligations d'exploiter que les brevets d'inventions. Outre que cette protection est coûteuse, elle est longue à obtenir et encombrée de formalités.

Pratiquement pour les raisons données plus haut elle est dépourvue d'intérêt pour le couturier.

Il y a lieu de signaler qu'au cours des plus récents congrès de la propriété artistique, et notamment à Rome en 1928, la Grande Bretagne a fait un effort louable pour se rapprocher des points de vue des Etats largement protecteurs comme la France et l'Allemagne.

Le cas est à peu près le même en ce qui concerne les Etats-Unis

Ceux-ci se sont bien donnés une législation très accessible par leur loi sur la Copyright de 1909 révisée et complétée en 1912 et 1913, mais cette loi concernant l'art pur exclut généralement, à son article 3, la plupart des objets d'utilité et indique expressément comme échappant à sa sphère d'application les broderies, les vêtements, les dentelles.

Ceux-ci tombent donc sous le coup de la loi de 1902 qui assimile les dessins et les modèles industriels à une invention.

La protection ne peut leur être accordée qu'après un examen par la commission des brevets, leur publication dans la gazette officielle du Bureau américain de Brevets, et le paiement d'une taxe très lourde qui est au minimum de 10 dollars.

Il y a lieu d'ajouter, par contre, que la loi ne contient pas d'obligations d'exploiter aux Etats-Unis non plus d'ailleurs qu'elle distingue entre nationaux et étrangers.

Malgré cela, on voit qu'elle est inapplicable aux

modèles de couture, qui ont besoin d'une protection immédiate et peu coûteuse, parce que leur valeur commerciale dure une saison à peine.

A ce type de législation peu favorable à la couture, s'opposent quelques-unes des législations européennes, dont les meilleurs exemples sont, comme on l'a dit plus haut, les législations allemande et française.

Cette position privilégiée s'explique historiquement.

Le grand effort de Colbert et de ses successeurs issu de la théorie mercantiliste alors en honneur, pour introduire en France les industries de luxe vénitiennes, florentines, ou flamandes, verreries, soieries, draperies, brocards, lamés, avait comme condition la concession de privilèges à ces industries.

Les plus importantes ordonnances de l'Ancien Régime quant à la protection du modèle ont trait à l'industrie lyonnaise.

Dès 1711 est promulguée une ordonnance interdisant le détournement, le vol et la copie des dessins destinés aux soieries.

Un règlement du 1^{er} octobre 1737 punissait le contrefacteur de peines sévères allant jusqu'au châtimement corporel.

Ces réglementations étaient renouvelées en 1778 et en 1787, elles étaient étendues à tout le territoire.

En Allemagne des dispositions, similaires dans leur esprit, étaient édictées dans certains Etats alors souverains.

Les plus remarquables sont les divers ordonnances et rescrits de 1721, 1743, 1761 et 1775 par lesquels la

Saxe protégeait la propriété des dessins et modèles de dentelles et surtout de porcelaine.

La Prusse réglementait de son côté en 1766 la propriété des modèles d'étoffes tissées d'or et d'argent et de tissu de velours qu'elle fabriquait.

Mais ces différentes mesures ont toutes un caractère commun: d'une part, elles sont spéciales à certaines industries, d'autre part, la propriété du créateur n'est pas de droit naturel, mais une concession du souverain; elles constituent des privilèges.

Il faudra attendre la loi du 19 juillet 1793 en France et en Allemagne le Zollverein pour que la propriété du créateur sur son œuvre soit proclamée de droit naturel.

Une autre raison explique le degré avancé d'évolution des législations de ces deux pays, en cette matière.

Depuis un demi-siècle environ, l'industrie est contrainte au renouvellement et à la perfection jusque dans les formes extérieures de ses productions. Aussi a-t-elle fait appel à l'artiste.

Dans la fabrication d'un grand nombre d'objets destinés à un usage courant, la collaboration de l'industriel et du créateur de formes est maintenant obligatoire.

Il y a là un mouvement d'origine ancienne, sans doute, mais qui n'a pris toute son ampleur et sa pleine signification que depuis un demi-siècle environ.

La France et l'Allemagne, qui sont à la tête de ce mouvement, ont rapidement senti qu'il était néces-

saire de donner un statut à l'art appliqué, que les artistes dont les créations étaient destinées à la reproduction industrielle, depuis le décorateur jusqu'au modeliste de couture et au dessinateur d'étoffes, avaient des droits sur leur œuvre, indépendamment de la réalisation matérielle de celle-ci.

Aussi a-t-on vu ces deux pays protéger largement chez eux l'art appliqué et joindre leurs efforts, dans les congrès internationaux, en vue d'obtenir dans les divers pays un statut cohérent et pratique des droits du modéliste.

Dans l'un et l'autre pays on a séparé les dispositions relative aux dessins et modèles de la propriété industrielle et le juge aussi bien que le législateur se sont efforcés de les ramener à la propriété artistique proprement dite .

Dans la législation française actuelle, la protection en matière d'art appliqué résulte de deux lois, dont d'ailleurs les sphères d'applications se confondent de plus en plus. Ce sont la loi des 19-24 juillet 1793 modifiée et complétée en 1902 et la loi du 14 juillet 1909.

La loi du 19-24 juillet 1793 est la chartre de la propriété artistique en droit français.

Rapportée par Lakanal, votée par la Convention, elle remplaça les anciens privilèges, accordés par le Souverain, au littérateur; à l'artiste, au dessinateur, pour l'exploitation de leurs créations, privilèges que la Révolution avait abolis avec l'ensemble de la législation de l'ancien régime.

Cette propriété n'était plus une concession faite par le Souverain en vertu de ses droits régaliens; la loi consacrait un droit naturel de l'auteur sur ses créations.

Les termes en étaient très compréhensifs. Sur son texte allait se greffer un large débat jurisprudentiel qui s'est poursuivi durant tout le XIX^e Siècle et dont malgré la loi de 1902, qui paraissait y mettre un terme, nos tribunaux se font encore l'écho.

Cette loi consacra donc le droit de propriété exclusif des auteurs d'écrits en tous genres, compositeurs de musique, peintures et dessinateurs sur leurs œuvres.

Le code pénal de 1810 stipula aux articles 425 et suivants que la contrefaçon dans ce domaine était un délit; il en fixa les pénalités.

Le législateur de 1793 avait-il voulu viser dans l'énumération qu'il avait donnée des auteurs qu'il entendait protéger le créateur de dessins et modèles destinés à la reproduction industrielle?

Non, disaient certains qui faisaient alors remarquer que la loi de 1793, loi pénale, était d'interprétation stricte, et qu'il n'appartenait pas aux tribunaux d'en étendre la portée au-delà de son texte formel.

A leur sens le dessin et modèle industriels, non expressément nommés dans la loi, étaient exclus de la protection, celle-ci étant réservée à l'art pur.

* Où commence l'art pur, répondaient les partisans d'une large protection? Ne peut-on trouver plus d'art

véritable dans un beau bijou que dans un mauvais libelle.

Partagé entre les deux tendances, le tribunal allait pendant longtemps errer à la recherche d'un critérium qui lui permit de classer l'objet soumis à son examen.

Demander au Juge d'en apprécier la valeur artistique c'était transformer le tribunal en une sorte de jury artistique, rôle pour lequel il n'avait aucune compétence.

La destination de l'objet ne pouvait pas non plus fournir de critérium certain.

Un livre est aussi utile qu'un bijou, une statuette sert tout aussi bien à la décoration d'un appartement qu'un meuble.

A ces hésitations logiques s'ajoutait que l'art pénétrait de plus en plus l'industrie, que l'art appliqué s'élevait en dignité.

Le Juge le sentait qui peu à peu après les hésitations du début étendait la portée de la loi de 1793.

Afin de mettre un terme aux constants revirements de jurisprudence en cette matière, le législateur précisa sa pensée par la loi de 1902 qui venait modifier et compléter le texte de la loi de 1793.

A l'article 1^{er} de cette loi, il ajoutait que « le même droit appartiendra au sculpteur et dessinateur d'ornement, quels que soient le mérite ou la destination de l'œuvre ».

La jurisprudence devait déclarer que le modéliste de couture jouissait de cette protection. : Par plusieurs arrêts dont le plus récent est daté de Mars 1930, le

tribunal accordait le bénéfice de la loi de 1793-1902 au couturier, considéré comme un dessinateur d'ornements et dont l'activité était définitivement reconnue comme participant essentiellement de l'art et non de l'industrie.

Il convient cependant d'indiquer que la Cour de Cassation ne s'est pas encore prononcée sur ce point.

Des cas lui sont actuellement soumis qui ne tarderont pas à être tranchés et fixeront la jurisprudence d'une manière précise.

L'économie de la loi de 1793 peut se résumer dans les trois points suivants:

a) — le créateur tire son droit de la création en elle-même. Par conséquent ce droit n'est subordonné quant à son existence juridique ou à son exercice à aucune formalité (dépôts, publicités, etc...).

b) — La constatation du délit est simple et rapide. L'auteur requiert, sans qu'il soit besoin de l'intervention du Juge, le Commissaire de Police qui saisit les objets contrefaits.

c) — Enfin, la contrefaçon est un délit passible des peines correctionnelles prévues aux art. 425 et suivants du code pénal, c'est-à-dire d'une amende de 10 à 2.000 frs, outre bien entendu les dommages-intérêts qui peuvent être accordés à la victime de la contrefaçon.

Parallèlement à cette loi, la législation française comprend encore une autre série de textes concernant plus précisément les dessins et modèles, et auxquels

les adversaires de l'interprétation étendue de la loi de 1793 prétendent les soumettre exclusivement.

Leur origine est dans la loi de 1806 sur les dessins et modèles industriels, loi qui avait été votée à la demande de l'industrie lyonnaise, inquiète dans l'incertitude du champ d'application de la loi de 1793, de la disparition des anciens privilèges, patentes ou ordonnances qui la protégeaient, sous l'ancien régime.

Cette loi non abrogée, mais pratiquement remplacée, en matière d'art appliqué, se révéla à l'usage comme à peu près inutilisable, parce qu'elle était encombrée de formalités et d'une application difficile et lourde.

On s'en rendit rapidement compte. Des tentatives furent faites pour l'amender qui, jusqu'à une date récente, échouèrent parce qu'elles participaient à la confusion déjà signalée entre la démarche de l'ingénieur et celle du créateur de modèles.

En 1909, enfin, était promulguée une loi destinée à remplacer en pratique celle de 1806.

La loi du 14 juillet 1909 relève nettement de la législation artistique.

Elle peut se résumer dans les quatre points suivants :

1°. — Le droit du créateur sur son modèle, naît de la création en elle-même.

2°. — Le créateur qui demande le bénéfice de cette loi doit effectuer le dépôt de ses dessins et modèles dans des conditions qui sont déterminées d'une manière précise. Ce dépôt est d'ailleurs aisé et peu onéreux.

Mais le dépôt est déclaratif et non attributif de propriété. Il a la valeur d'un enregistrement servant à établir, sauf preuve contraire, la propriété du déposant et sa date.

3°. — La constatation de la contrefaçon est faite par l'huissier commis à cet effet par le Président du Tribunal.

4°. — Les peines, si le plaignant le demande, sont d'ordre correctionnel (amende de 25 à 2.000 francs).

Enfin, en cas de récidive ou si le contrefacteur est un ancien employé du créateur, des peines de prison peuvent être prononcées.

On voit l'étroite parenté des lois de 1793 et de 1909, celle-ci ne différant de celle-là que dans les formalités relatives à l'exercice du droit de propriété et à la constatation du délit (dépôt et requête au Président du Tribunal civil).

En étudiant la contrefaçon en couture, on verra que ce dernier point constitue précisément un des inconvénients de la loi de 1909, quant à certaines industries comme la Haute Couture.

C'est d'ailleurs la raison pour laquelle les créateurs des dessins et modèles préfèrent la loi de 1793 à celle de 1909.

En outre, ils font grief de leur modération aux deux lois qui les protègent.

Les peines d'amende, seules prévues par les textes (hors le cas de récidive et celui où la contrefaçon est le fait d'un ancien employé du créateur dans la

loi de 1909) sont insuffisantes pour constituer un châtement véritable pour le copieur.

Celui-ci, qui tire de son activité coupable des bénéfices importants, aura plus d'avantages à prévoir une provision pour amendes et frais de procès éventuels qu'à engager les dépenses considérables et à courir les risques de la création.

D'où les efforts qui seront étudiés plus loin en vue d'obtenir du Parlement une protection sévère allant jusqu'à la prison.

L'Allemagne présente le type d'une législation à peine moins évoluée que la nôtre.

Depuis le Zollverein et surtout l'Unité allemande, un large effort de codification a été fait dans ce pays qui a eu pour résultat de faire disparaître les législations particulières aux divers Etats allemands et d'instituer notamment en matière de propriété artistique des lois applicables au territoire du Reich tout entier.

L'esprit qui animait le législateur français à inspiré ces lois.

Comme en France, la propriété en matière de dessins et modèles a été soustraite aux règles de la législation industrielle.

Il a été organisé pour eux une protection particulière, moins évoluée peut-être que la protection française puisqu'on distingue encore le modèle d'art appliqué d'une classe supérieure dans lequel « il faut qu'on reconnaisse l'existence d'un travail artistique original et individuel propre à exercer une influence

sur les sentiments esthétiques des spectateurs, indépendamment de l'usage de l'objet », modèle qui se trouve protégé par la loi de 1907, et le modèle d'une valeur esthétique et éthique moindre dont la loi de 1876 organise la protection.

La jurisprudence allemande tend d'ailleurs à interpréter la loi de 1907 dans un sens très large au détriment de la loi de 1876.

A ne considérer que cette dernière, applicable sans contestation aux modèles de couture, la protection des droits du créateur, est assurée dans des conditions déjà très satisfaisantes, et qui sont assez voisines de celles de notre loi de 1909.

Les dispositions essentielles du texte de 1876 sont les suivantes :

1°. — Le dessin ou modèle, pour jouir de la protection, doit être déposé par son auteur ou ayant-droit de celui-ci. Le dépôt doit être effectué avant toute publication ou présentation au public.

Cette dernière condition représente une première différence avec le point de vue de notre loi de 1909.

Le dépôt est effectué au Greffe du Tribunal du lieu de résidence de l'auteur. Si le créateur est étranger non résident en Allemagne, le dépôt est fait au Greffe du Tribunal d'Empire à Leipzig.

Ce dépôt paraît attributif de propriété et non plus seulement déclaratif comme un droit français, c'est là, on s'en rend compte, une autre différence essentielle.

2°. — Les peines sont celles édictées par les art.

18 à 36 et 38 de la loi du 11 Juin 1870, relatives à la propriété littéraire, soit une amende pouvant s'élever jusqu'à 3.000 marks.

3°. — Cependant la loi allemande stipule expressément une obligation de fabriquer le modèle en Allemagne pour que la protection puisse être accordée.

L'art. 16 qui la prévoit ajoute cependant « sauf pour les étrangers, les stipulations des traités en vigueur ».

La situation d'un ressortissants français n'ayant pas d'établissements en Allemagne, et c'est très généralement le cas pour le couturier parisien, paraît être la suivante:

La France comme l'Allemagne sont signataires de la Convention d'Union de Washington (1911) qui a révisé et complété les Conventions de Paris (1883), de Bruxelles (1900), de Berlin (1908).

L'article 2 de cette convention déclare que les ressortissants d'un pays adhérent à l'Union auront, dans les autres Etats signataires de la Convention d'Union, les mêmes droits au bénéfice des législations protectrices que les nationaux, la jouissance de ces droits n'étant pas soumise à une obligation d'exploiter.

Il semble donc qu'un Français, par exemple, puisse bénéficier de la protection de la loi de 1876 et qu'en certain sens il soit plus favorisé qu'un Allemand puisqu'il est dégagé de l'obligation d'exploiter ou de fabriquer en Allemagne.

Cependant les tribunaux allemands ne paraissent

pas s'être déjà prononcés sur l'interprétation et la portée de l'article 2 de la Convention d'Union de Washington.

Cette absence de jurisprudence, les controverses doctrinales sur la possibilité de distinguer entre le fait de fabriquer en Allemagne dont parle la loi de 1876 et l'obligation d'y avoir un domicile ou un établissement que supprime l'art. 2, alinéa 2, de la Convention, constituent un élément d'incertitude quant à la valeur pour nous de la loi allemande de 1876.

L'examen des lois très évoluées de la France et de l'Allemagne indique, à notre sentiment, le sens dans lequel il serait désirable que la législation internationale se développât.

En outre, afin d'éviter à la fois des démarches longues et répétées et des frais élevés, il serait bon qu'on instituat un dépôt international, à Berne par exemple, ainsi qu'il a été fait pour les marques de fabrique.

Les négociateurs français soutenus par leur collègues allemands l'avaient déjà demandé à Washington en 1911; malheureusement, ils ne furent pas suivis par la conférence.

Plus récemment à Rome en 1928, leurs efforts échouèrent devant le veto de l'Italie et du Japon qui refusèrent de comprendre les dessins et modèles dans la propriété artistique proprement dite.

Pourtant même en dehors du point de vue moral,

la contrefaçon, le pillage systématique que le copieur fait du travail d'autrui ne constituent pas un avantage autrement que pour celui-ci. Ni les Economies ni les Sociétés n'en bénéficient.

D'une manière générale, les pays qui ne la répriment pas y perdent socialement et peut-être économiquement plus qu'ils y gagnent.

Les arts appliqués sont un des modes d'expression les plus importants, le plus caractéristique peut-être, de notre civilisation moderne.

C'est un devoir pour le législateur de les encourager de la manière la plus efficace qui est certainement de permettre au créateur de tirer une juste rémunération de ses tentatives, faute de quoi le dégoût s'empare de lui qui le mène à la stérilité.

Permettre, ou, ce qui revient au même, ne pas réprimer la contrefaçon est donner une prime à la paresse de l'esprit, à la nonchalance, à la commodité.

Tous y perdent, et le pays copié et le pays qui vit aisément des idées qu'il emprunte, au détriment de son génie propre qui n'arrive plus à s'exprimer.

Il est vain de protéger par des barrières douanières élevées des industries d'art si on ne leur permet d'acquérir en même temps l'éminente dignité que confère l'invention.

La politique d'atermoiements ou de faux fuyants

dans les conférences et congrès internationaux n'a eu qu'un résultat dans ce domaine: celui de laisser se développer dans les relations internationales une atmosphère de suspicion extrêmement défavorable au commerce.

Les Etats-Unis l'on bien vu qui en 1912 ont dû voter une loi, toute transitoire d'ailleurs puisque le bénéfice en a été limité à deux années, lorsque les grandes industries d'art appliqué européennes décidèrent de refuser de participer à l'exposition internationale de Chicago, leurs modèles n'étaient pas protégés contre la copie.

Du point de vue des marchés intérieurs de ces pays, la situation n'est pas meilleure.

Le fabricant américain ou anglais qui vient acheter un modèle à Paris est immédiatement copié par ses concurrents. Il n'est maître ni du modèle qu'il a acquis ni de son prix de vente car le contrefacteur ayant épargné à la fois le prix d'achat du modèle, les frais de déplacement et d'organisation d'achat, a sur lui l'avantage du prix de revient plus faible.

Enfin, à ne considérer que le seul intérêt de la Haute Couture parisienne, on mesure les profits matériels et moraux que cette industrie pourrait retirer d'une large et facile protection internationale.

Par un système de licences et d'exclusivités, elle s'assurerait d'importants revenus et une équitable

rémunération de ses efforts de renouvellement et d'originalité et aussi de ses risques.

En outre, le contrôle du marché mondial lui appartiendrait.

ORGANISATION INTÉRIEURE

Les Fournisseurs

Les fournisseurs de la Couture peuvent être classés en trois catégories principales: marchands de soieries ou marchands de lainages d'une part, brodeurs et dentelliers d'autre part, enfin marchands d'accessoires divers (sacs, boucles de ceintures, agrafes, fleurs artificielles, etc...).

Les relations avec les fournisseurs incombent pour une part au modéliste.

Au côtés du Directeur commercial ou administratif qui s'attache à la discussion des prix et aux conditions d'achat, il lui appartient de choisir parmi les matériaux qui sont présentés par les fournisseurs, ceux à l'aide desquels il réalisera son modèle. Ce travail est le complément de la création proprement dite.

Soyeux, lainiers, accessoiristes, présentent leurs collections en Haute Couture environ deux mois avant les saisons ou demi-saisons.

Pour les tissus, les échantillonnages comprennent deux grandes classes: les étoffes classiques, soieries, velours et draperies unies qui se recommandent surtout par leur qualité d'étoffe et les tissus de fantaisie

aits de Haute nouveauté qui tirent essentiellement leur valeur de l'originalité et de la beauté de leur dessin, souvent signé d'artistes connus.

Selon son tempérament personnel, obéissant aussi à un certain engouement de la clientèle, ou plus simplement cherchant à se renouveler à l'aide des artifices du tissu, le modéliste choisit parmi les échantillons un certain nombre d'étoffes. On lui en délivre rapidement des métrages à l'aide desquels les modèles d'essai sont établis.

Assez souvent le couturier se réserve en exclusivité certains des tissus qui l'ont séduit et dont il escompte le vif succès auprès de sa clientèle. Le fournisseur s'engage à ne vendre ce tissu qu'à la maison qui l'a choisi et cela pendant les trois ou quatre mois qui suivent les présentations des modèles par le couturier.

Il en est de même en ce qui concerne les dessins de broderies, les dentelles et les accessoires: telle boucle de ceinture, tel modèle de fleur artificielle ne sera exécuté que pour la maison qui l'aura choisi la première.

D'une manière générale, il est impossible au couturier de passer avec ses fournisseurs des marchés fermes à l'époque des échantillonnages. A ce moment, en effet, le couturier ignore quels seront ceux de ses modèles sur lesquels se portera surtout le choix de la clientèle. Telle robe dont le modéliste se félicite particulièrement n'attirera pas l'attention, telle autre, au contraire, obtiendra le plus grand succès.

Aussi la pratique de la vente à condition s'est-elle

généralisée, système qui fait du fournisseur le banquier de son client.

Les pièces d'étoffes sont laissées chez le client; on règle périodiquement sur la base des métrages employés.

En fin de saison le reliquat des pièces de tissu laissées à condition est renvoyé au fournisseur qui les vend alors dans la couture moyenne et dans la petite couture, parfois aux grands magasins ou à des soldeurs professionnels mais à des prix bien entendus inférieurs à ceux qu'il pratiquait pour la Haute Couture, le tissu ayant perdu de sa primeur.

Le risque de la mévente est donc déplacé en partie du couturier à son fournisseur. Celui-ci peut se trouver en fin de saison avec des stocks de tissus invendus souvent importants et déjà dépréciés et desquels il ne pourra tirer qu'un prix de solde

Cet élément de risque entre pour une part importante dans le prix de revient du fournisseur, charge qui se retrouve dans le prix d'établissement des modèles et par quoi se justifient trop les prix élevés des robes en Haute Couture.

Le problème de la vente à la condition irrite continuellement les rapports entre couturiers et fournisseurs.

Ceux-ci s'efforcent de la limiter autant qu'ils le peuvent tant pour diminuer leurs stocks chez leurs clients, que pour bénéficier des hauts prix auxquels ils pourraient écouler au début un tissu dont le succès en Haute Couture est considérable.

Le couturier, au contraire, non seulement parce qu'il trouve dans le fournisseur un banquier sans exigences, mais encore et surtout pour des raisons techniques tend à augmenter le stock d'étoffes à condition chez lui.

En effet, comme il lui est indispensable de prévoir à l'avance lesquels de ses modèles auront du succès et combien de répétitions de ces modèles il sera amené à faire, il cherche à s'approvisionner de tissus au delà de ses besoins les plus largement calculés, faute de quoi il risquerait de voir l'étoffe épuisée chez le fournisseur au moment qu'il en aurait besoin, ce qui l'obligerait à abandonner le modèle et lui ferait manquer des ventes. Le cas se produit d'ailleurs souvent : la question des « suites » de tissu est l'occasion de constantes frictions entre couturier et fournisseurs.

Par contre, rien n'empêcherait que la vente à la condition disparut en ce qui concerne les tissus unis dont la consommation est plus considérable, moins sujette aux aléas et qui peuvent être utilisés à travers plusieurs saisons.

En ce qui concerne cette catégorie de tissus, il est, en effet, possible de prévoir un approvisionnement ferme.

C'est d'ailleurs ce qui arrive dans celles des maisons de couture à qui leur solidité financière et leur abondance de trésorerie permettent de ne plus considérer le fournisseur comme un banquier.

Mais comme le marché des tissus unis est singulièrement plus large que celui des étoffes de Haute

Nouveauté que fabriquent seulement quelques firmes, la fourniture des unis pour la Haute Couture tend à échapper à ses dernières au profit des représentants de fabrique dont les frais généraux sont insignifiants et qui, par conséquent, peuvent vendre à des prix inférieurs.

C'est un autre sujet de friction, entre les couturiers et leurs fournisseurs habituels.

Ces derniers font constamment valoir auprès de la Haute Couture que non seulement ils sont ses banquiers bénévoles mais encore qu'ils courent avec elle les risques et les aléas de la création, qu'ils lui réservent la primeur de leur collection et qu'en conséquence c'est à eux qu'elle devrait réserver les achats fermes et massifs de ses tissus unis et non les donner aux représentants de fabrique dont les frais généraux consistent généralement dans l'entretien d'un petit bureau, d'un téléphone et d'une dactylographe à Paris.

Afin de mettre un terme à ces plaintes continuelles il avait été envisagé de créer un véritable organisme bancaire dont les grands couturiers et leurs fournisseurs principaux eussent souscrit le capital et dont l'objet eut été précisément de financer les ventes à condition, et de passer des marchés massifs pour les tissus unis.

Ce système eut allégé les trésoreries des fournisseurs et par conséquent diminué les prix de vente de la Haute Couture.

D'autre part, il eut permis d'acheter les tissus unis

par très grandes quantités, donc dans des conditions extrêmement favorables.

Ce projet ne paraît pas avoir eu de suite.

Une autre question non moins aiguë se pose continuellement entre les deux industries. Elle revêt plusieurs formes, mais peut-être ainsi définie.

Les fournisseurs français reprochent à la Haute Couture de n'employer pas exclusivement des tissus de fabrication française et souvent d'avoir recours, pour les lainages en particulier, à des produits d'origine étrangère, généralement anglais, dont la couture française assure ainsi le lancement et le renom.

La couture, par contre, se plaint que ses fournisseurs non seulement ne surveillent pas assez leur clientèle et qu'ils approvisionnent les maisons de copie mais encore que dès qu'un tissu est lancé à Paris par la Haute Couture ils s'empressent de le répandre à l'étranger où les modèles peuvent être rapidement répétés au détriment du commerce parisien.

Ces deux objections sont fondées : une solide entente entre les deux industries serait nécessaire qu'on ne voit pas encore se dessiner.

Plus curieuse et un certain sens plus fragile est encore vis-à-vis de la Haute Couture la position de diverses industries telles que celles du tricot, de la dentelle, de la broderie.

Il suffit, en effet, que la couture renonce pour un temps à l'emploi dans les collections de broderies ou

de dentelles pour que ces industries voient leurs chiffres d'affaires tomber considérablement.

Comme elles ne sont en majorité que de petites affaires aux mains d'artisans ou de petits patrons, leur situation devient rapidement assez critique, pour le plus grand dommage de l'artisanat qui est en France une des forces vives de la nation et du recrutement professionnel qui se tarit de jour en jour à cause de l'incertitude des débouchés.

Il y a de la part de la Haute Couture comme une sorte de mission de soutien dont elle ne tient souvent pas assez compte.

Enfin, le costume est de plus en plus considéré du point de vue de l'ensemble, dont la composition tend à échapper à l'initiative de la cliente.

A la robe et au manteau on assortit les chaussures, les gants, le sac et, depuis quelques saisons surtout pour le sport, le chapeau.

Des industries comme la maroquinerie, la ganterie, la mode proprement dite qui, jusqu'à une époque récente, avaient mené une vie indépendante, sont entraînées dans l'orbe de la couture, dont elles doivent suivre les évolutions au jour le jour.

Beaucoup d'entre elles, comme l'industrie de la ganterie, qui n'avaient pas leur centre à Paris, ont été ainsi amenées à établir leur bureau de dessin près de la couture.

Il n'est pas jusqu'aux industries touristiques et hôtelières qui ne dépendent d'elle dans une large mesure. La clientèle des Hôtels parisiens en février et août

est composée en grande partie des acheteurs de modèles du monde entier; celle de Cannes, de Deauville, de Biarritz en mars, août et septembre comprend les riches étrangères qui sont venues choisir leurs toilettes à Paris, les montrer et les confronter sur nos plages et dans nos villes d'eau.

Ainsi s'est créée une étroite solidarité dont les liens se resserrent constamment entre toutes ces branches d'industrie, et l'étroitesse de leurs rapports avec la couture explique l'intérêt qu'elles ont à la vitalité de celle-ci, qu'on peut avec raison regarder comme la clef de voûte de nos commerces de luxe.

LA CLIENTÈLE

La clientèle de la Haute Couture parisienne se divise entre deux catégories très distinctes.

L'une est composée des professionnels étrangers désignés sous le nom général « d'acheteurs », qui viennent chercher à Paris des modèles pour les reproduire, en série le plus souvent, dans leur pays.

L'autre comprend les femmes élégantes qu'on appelle, faute d'un meilleur terme, clientes particulières ou plus simplement « clientes ».

Les mobiles de ces deux catégories de clients sont différents. S'ils sont les uns et les autres poussés vers les maisons de Haute Couture par leur désir d'avoir des robes ou des manteaux élégants, dessinés avec goût et travaillés avec soin, la cliente achète avant tout un vêtement qu'elle désirerait être seule à porter, qui la distinguera, qui la classera parmi les autres femmes. Elle recherche, non seulement le chic dans son costume, mais encore et dans bien des sens, une sorte d'exclusivité: les prix élevés de la Haute Couture, la difficulté de reproduire les modèles à bon compte, tant à cause de la qualité des étoffes que de la perfection et de la complication de la coupe lui assurent en partie cette exclusivité.

Aussi exige-t-elle du couturier qu'il réalise ces dif-

ficultés, dans le bon goût, la mesure, et le chic, afin de lui permettre d'être distinguée parmi les autres femmes.

L'acheteur, au contraire, achète un modèle en tant que modèle, pour le reproduire en quantités plus ou moins grandes. Ses préférences iraient vers un modèle original et nouveau sans doute, mais travaillé à l'aide de moyens simples et dont les effets puissent être facilement rendus soit à l'aide de juxtaposition de tissus, soit par l'emploi de garnitures faciles à trouver et à appliquer.

Il réserve ses achats massifs et par conséquent pousse commercialement celles des maisons de Haute Couture dont, en général, les collections sont de ce genre.

C'est un des sens dans lequel l'acheteur représente un danger pour la couture française. Ses désirs risquent d'amener une sorte d'abâtardissement des modèles; ils favorisent la facilité au détriment de la science profonde de l'artisan et du modéliste, science faite d'une connaissance intime des possibilités du matériau, des ressources techniques du métier, de l'amour inconscient pour l'ouvrage difficile.

Cependant, l'acheteur ne saurait être blâmé : il est bien obligé, par ses propres nécessités de métier et de travail, de pousser de toutes ses forces dans cette direction soit qu'il désire reproduire le modèle par grandes séries, soit qu'il ne dispose pas de la main-d'œuvre très qualifiée nécessaire à la répétition des robes et des manteaux.

On distingue parmi les acheteurs deux grandes classes. Les uns sont des couturiers proprement dits travaillant à la commande, les autres, au contraire, des confectionneurs, qui fabriquent les vêtements en série pour le compte des magasins de vente.

Il existe une différence essentielle, sur laquelle il est nécessaire d'insister, entre les marchés étrangers du vêtement féminin et le marché français.

Celui-ci comme ceux-là obéit sans doute à la mode créée par la Haute Couture parisienne. Ce qu'elle décide quant aux formes et aux lignes générales du vêtement, aux tissus employés, aux garniture et aux accessoires divers s'impose sans discussion.

Mais alors qu'il n'y a aucune liaison commerciale en France entre la Haute Couture d'une part et la couture moyenne ou la confection d'autre part, ces dernières ne pouvant que s'inspirer des créations de la Haute Couture et les adapter lorsqu'elles leur sont connues, les marchés étrangers de la couture et de la confection sont client directs de la Haute Couture, avec qui un lien de droit précis et connu les unit.

Couturiers et confectionneurs étrangers viennent chez elle acheter des modèles avec le droit de les reproduire.

Ce n'est pas la moindre surprise pour le Français qui va à l'étranger que de remarquer que toutes les robes ou manteaux exposés, même dans des magasins peu importants, sont signés du nom des couturiers français les plus renommés.

Alors qu'il est impossible de se procurer normalement en France un modèle d'un couturier ailleurs que chez ce couturier, rien n'est plus facile à Berlin, à Londres ou à New-York.

La Haute Couture se réserve jalousement le marché national, cependant qu'elle prodigue libéralement ses modèles sur les marchés étrangers.

Il en résulte que l'organisation de ceux-ci est toute différente de celle du marché français.

Hors de France, la confection qui dispose de modèles de valeur tend à l'emporter à cause de ses prix de revient plus faibles sur la moyenne et la petite couture qui sont encore si florissantes chez nous, parce qu'elles n'ont pas à craindre la concurrence de la confection à qui les modèles sont refusés.

Le marché étranger de la confection le plus évolué, celui dont l'étude est par conséquent la plus fertile en remarques, est le marché américain.

Cette situation s'explique par plusieurs raisons.

Les Etats-Unis disposent d'un débouché intérieur singulièrement plus large qu'aucun des pays européens. En outre et surtout depuis la guerre la capacité d'achat de l'Américain est plus grande que celle de l'Européen en général; le développement du crédit et les formes variées qu'il revêt accroissent encore cette capacité d'achat.

De plus la vie sociale américaine est différente de la nôtre; elle fait une part prépondérante aux manifestations extérieures, théâtres, cinémas, sorties de

tous genres, au détriment de la vie au foyer, situation qui favorise la vente des vêtements

Enfin on sait l'habileté, l'ingéniosité, et le soin que le génie américain déploie dans l'imitation et la reproduction. Le modèle de couture n'échappe pas à cette loi. Il est reproduit aux Etats-Unis aussi parfaitement que le permet la machine.

La diffusion de la mode française, du modèle acheté dans la Haute Couture, s'effectue de la manière suivante :

Les plus importants confectionneurs envoient leurs représentants à chacune des présentations de saison et de demi-saison des maisons de couture parisienne.

Généralement ces acheteurs sont spécialisés par genre de modèles; les uns choisissent les robes du soir, d'autres les robes de sport, d'autres enfin les manteaux, les robes d'après-midi, etc..

Les commandes sont centralisées dès leur livraison chez les commissionnaires.

Intermédiaires entre les maisons de Haute Couture et les maisons étrangères, les commissionnaires se chargent des expéditions et du règlement des commandes.

Dès l'arrivée des commandes, pour la majeure partie à New-York, les modèles sont, après dédouanement, acheminés vers les entreprises où ils sont en quelque sorte démontés afin de permettre d'en relever les patrons et les fabrications en série sont lancées à travers des usines qui sont, de l'avis général, remarquablement installées.

Pendant le temps que dure la fabrication, les services commerciaux passent des marchés avec leurs clients directs généralement les grands magasins et avec les confectionneurs de second ordre qui ne font pas les frais d'acheteurs à Paris.

Ces confectionneurs de moindre importance, extrêmement nombreux d'ailleurs, sont mis en possession de leurs commandes trois ou quatre semaines après les présentations parisiennes. Les opérations d'usinage sont terminées dans le mois qui suit.

Comme ces derniers s'adressent à une clientèle déjà moinsfortunée et même très moyenne, ils reproduisent les créations parisiennes d'une manière plus simple, les lignes générales étant seules conservées et dans des tissus de moindre valeur; les lourdes soieries du créateur sont remplacées par des soies artificielles ou des cotonnades, les fins travaux à la main de l'ouvrière parisienne font place à des travaux grossiers exécutés à la machine. Dans un court délai, trois mois au maximum après les présentations à Paris, les magasins américains de tous ordres sont bourrés de modèles de la Haute Couture parisienne vendus à tous les prix depuis 10 dollars.

Les plus importants des grands magasins américains envoient à Paris leurs acheteurs particuliers qui sont chargés de choisir des modèles en tenant compte du genre et de la classe de leur clientèle.

Les uns donnent plus d'importance à la robe de sport, d'autres, au contraire, recherchent surtout les

robes d'après-midi ou de dîner, d'autres enfin sont spécialisés dans le manteau.

Dès que la date d'arrivée des modèles à New-York est connue, c'est-à-dire au départ du bateau du Havre ou de Cherbourg, ces magasins font une publicité extrêmement large. Ils annoncent que tel jour ils présenteront les dernières créations parisiennes et chacun met dans sa publicité l'accent sur tel ou tel nom de couturier français parce que c'est chez lui qu'il a surtout acheté.

L'important pour ces magasins est d'être le premier dans ces présentations et comme on sait le goût des Américains pour ce genre de sport, on imagine et les démarches de leurs acheteurs à Paris pour être servis avant les autres et leurs interventions auprès des compagnies de navigation et des douanes.

En réalité comme tous se surveillent et s'épient ils sont tous prêts au même moment et leurs agitations n'ont eu pour résultat que de faire travailler tous les ateliers des maisons de couture parisienne dans la fièvre.

Une tendance logique, il faut en convenir, mais inquiétante pour la couture française dont elle réduirait le chiffre d'affaires assez sérieusement se dessine actuellement dans le sens suivant :

Les grands magasins chargent les confectionneurs d'acheter les modèles pour leur compte. Ils épargnent ainsi les frais de déplacement assez élevés de leurs acheteurs à Paris. En admettant que cette pratique se généralise les ventes de la Haute Couture seraient

atteintes dans une proportion voisine de un cinquième.

A côté des acheteurs qui vont à Paris à chaque saison, il existe depuis assez peu de temps d'ailleurs des acheteurs fixés à Paris appelés les « Residents Buyers » qui y sont délégués d'une manière constante par les plus grandes entreprises américaines.

Leur rôle est de tenir leurs maisons au courant de l'évolution de la mode et d'acheter entre présentation les modèles intéressants créés au jour le jour par les modélistes parisiens. Cette organisation très récente est en liaison étroite avec celle des stylistes dont on verra plus loin les fonctions et le rôle.

Ce qui vient d'être dit touchant les acheteurs américains s'applique à peu de chose près aux acheteurs européens. Par ordre d'importance viennent les acheteurs anglais, belges, allemands, italiens, et de l'Amérique du Sud, ceux-ci ne se déplaçant généralement que deux fois par an pour les présentations de saison.

Cependant jusqu'ici les confectionneurs ou couturiers européens ne paraissent pas avoir constitué à Paris d'organisations analogues à celle des Residents Buyers, les déplacements entre les diverses capitales européennes et Paris étant faciles et relativement peu coûteux.

Le commissionnaire est l'intermédiaire normal entre la Haute Couture parisienne et ses clients professionnels étrangers.

Le rôle du commissionnaire vis-à-vis des vendeurs

est d'être le garant financier et moral de son client. C'est lui qui règle les commandes passées par l'acheteur étranger, en prend livraison, les accepte et se charge de les faire parvenir à son client.

Vis-à-vis de ce dernier, il est une sorte de guide : habitant Paris, obligé par son métier de se tenir au courant des bruits de la couture, de surveiller les collections et de connaître le personnel des maisons, c'est lui qui dirigera l'acheteur arrivant en France vers les maisons qu'il jugera les plus intéressantes, tant en ce qui concerne les prix que la qualité de nouveauté et de succès des collections.

Comme il a généralement la confiance de son client, on voit quel est son poids vis-à-vis du couturier à qui il peut faire du tort ou qu'il peut au contraire avantager dans une large mesure.

Le couturier trouve dans ses ventes par commissionnaires une ressource de trésorerie très pratique, parce que celui-ci règle dans des délais très brefs à l'inverse de la cliente particulière toujours lente dans ses paiements.

Le commissionnaire spécialisé dans la couture recevant tous les clients à peu près à la même date ne peut s'occuper de chacun en particulier. Aussi est-il entouré d'une sorte d'état-major, généralement composé de jeunes gens et de jeunes filles qu'on appelle d'une manière assez peu originale des « accompagnateurs » et dont le rôle est précisément d'accompagner l'acheteur étranger et d'effectuer pour lui diverses

démarches ou formalités, expédition, assurances, factures consulaires, passeport, etc..

Les acheteurs ne représentent qu'un élément de la clientèle du couturier. L'importance de leurs commandes quant au chiffre d'affaires est variable, bien entendu, de maisons à maisons. Comme ils sont très mobiles et quittent facilement leurs fournisseurs de la saison précédente pour courir chez un autre couturier dont la vogue se dessine, il est difficile d'établir une statistique de leurs achats.

En outre, les maisons de couture s'entourent de mystère et de secret sur cette question. Divers recoupements laissent penser que leur chiffre d'achats en Haute Couture n'est pas supérieur à un cinquième du chiffre total d'affaires de cette industrie. C'est assez peu puisque, comme on l'a vu, leur fonction est précisément de vendre des modèles dans le monde entier.

La clientèle particulière représente pour la Haute Couture une source de revenus singulièrement plus importante et en même temps plus constante pour une maison déterminée.

On a trouvé dans les conditions mêmes du travail de la création l'explication de la fidélité de la cliente à son fournisseur habituel, le modéliste cherchant à exprimer un individu soit dans ses qualités propres soit en fonction de sa caste et de son rang social.

Le nombre des clientes des maisons de Haute Couture est assez faible, et envisagée du point de vue

de la clientèle, la Haute Couture est une industrie de luxe au premier chef.

Ce qui ne veut pas dire qu'elle soit un luxe pour la France où elle fait vivre soit par elle-même, soit par les industries qui dépendent d'elle comme on l'a vu précédemment, plus de 900,000 ouvrières et ouvriers dont près de 400.000 à Paris.

Aussi conçoit-on mal qu'elle ait été longtemps pénalisée par une taxe de luxe si attaquée et si justement attaquable, taxe dont le résultat le plus certain a été d'augmenter le chiffre de vente de ses modèles par les acheteurs anglais, américains, ou allemands, au détriment de Paris. On comprend en effet qu'il valait la peine pour une femme élégante de passer le détroit pour commander 50.000 ou 100.000 francs de robes à Londres en économisant de 6 à 12.000 francs, les modèles étant ceux-là même qu'elle aurait trouvés à Paris chez le créateur. Si elle était Anglaise ou Allemande, elle épargnait au surplus les frais d'un voyage à Paris.

A cela, on pourrait répondre que les couturiers français n'auraient pas dû vendre leurs modèles à des professionnels étrangers.

Mais faute d'une législation protectrice, ils auraient été bien empêchés d'interdire le trafic de leurs créations à l'étranger.

Quoi qu'il en soit, les modèles de la Haute Couture sont évidemment destinés à s'épanouir dans l'éclat et le faste qu'ils embellissent et parmi lesquels ils apportent le charme, la grâce, et comme une note d'humani-

nité. Parmi le décor, ils sont la vie et le mouvement dans l'immobilité des choses.

Imagines pour les manifestations diverses de la mondanité, ils doivent en suivre les variétés. Une femme pour qui la vie mondaine a une grande importance, soit par goût, soit par nécessité, est obligée d'avoir une garde-robe qui lui permette de s'habiller selon les circonstances, depuis la robe d'après-midi, jusqu'à la robe du soir, du trotteur qu'elle portera le matin pour la promenade au Bois ou les courses chez les fournisseurs jusqu'au costume de sport pour le golf ou le ski.

Comme, en outre, il existe entre les femmes élégantes une sorte de compétition toujours ouverte et que, d'ailleurs, le goût de la nouveauté, forme de la curiosité, est très humain, les gardes-robes sont constamment renouvelées.

Enfin on a noté, et cette remarque qui est d'une femme est aussi profonde que fine, que la femme varie son costume comme pour se varier elle-même et donner ainsi satisfaction au goût masculin du changement. A l'allure simplette et un peu garçonne que lui donnait son tailleur du matin, elle substitue par sa robe de bal une apparence toute féminine et devient comme une autre femme aux yeux de l'homme.

Toutes ces raisons font que toute femme riche qui a une vie mondaine est une cliente importante pour sa couturière.

Enfin, comme elle désire avoir les robes les plus nouvelles et les plus originales, elle va naturellement

vers les maisons de Haute Couture, dès que sa situation de fortune le lui permet.

Avant la guerre près de la moitié de la clientèle de ces maisons était composée de Françaises.

L'appauvrissement des pays européens, en particulier de la France, a modifié ce pourcentage au profit des Américaines.

A cela s'ajoute encore que les bouleversements politiques ont entraîné en Europe la disparition de la plupart des cours, Russie, Autriche-Hongrie, Berlin, Munich, Athènes, pour indiquer celles qui de tradition s'habillaient à Paris.

Ces princesses ont été remplacées par d'autres, mais ce sont celles des chemins de fer, de l'automobile, du pétrole, ou simplement du corned-beef.

Cependant la femme française joue toujours quant au succès des collections et au lancement de la mode un rôle prépondérant.

C'est elle en effet qui, parmi toutes les autres, sait le mieux s'habiller c'est-à-dire se trompe le moins dans le choix du modèle qui lui convient.

Elle évite le plus souvent les fautes et les erreurs, comme, si elle est assez forte, de choisir justement une robe qui ne convient qu'à une femme élancée, si elle est frêle de ne pas chercher un modèle qui « l'étoffe ».

Moins que les autres elle participe à l'esprit d'imitation qui est le fait de la plupart des humains et qui sévit aussi bien dans cette clientèle qu'ailleurs, sorte de panurgisme qui fait que des femmes même aver-

ties veulent toutes la même robe, le même manteau.

La vraie originalité ne lui paraît pas, si les robes sont courtes, d'avoir une robe un peu plus courte que sa voisine et si au contraire elles tombent sur la chaussure d'avoir une traîne qu'elle relève pour danser.

S'attachant plus aux qualités profondes d'originalité et, si l'on peut dire, au devenir que d'instinct elle remarque dans un modèle qu'à son éclat momentané, elle se trouve toujours comme en avance sur ses rivales étrangères.

En ce sens elle est la collaboratrice la plus précieuse du modéliste et c'est à son bon goût, à son instinct sûr de ce qui est chic et net que Paris doit en partie de conserver malgré tout sa suprématie dans le domaine de la mode.

La répartition de la clientèle en deux catégories, acheteurs et clients, dont les intérêts sont en quelque sorte opposés, place le couturier dans un dilemme.

En effet, l'acheteur acquiert le modèle pour le reproduire le plus rapidement possible et le vulgariser. La cliente désire l'exclusivité de sa robe ou de son manteau.

L'acheteur presse le couturier de lui livrer ses collections le plus tôt possible afin d'avoir le temps nécessaire pour en étudier la composition, en lancer la fabrication, organiser sa publicité et ses marchés.

C'est par suite de cette pression de l'acheteur que les dates de présentations de collections sont chaque

année avancées dans presque toutes les maisons d'un jour ou deux sur l'année précédente, malgré les efforts du couturier ou du modéliste qui les préféreraient plus tardives.

Il s'agit là d'un mouvement dont les débuts sont anciens et dont la régularité ne s'est pas démentie.

Peu à peu et de plus en plus le couturier a été gagné à la main; il a dû et doit toujours avancer les présentations.

Qu'il s'agisse du couturier étranger ou du confectionneur le réflexe est le même. Comme la mode est dictée par Paris, il est nécessaire au couturier étranger de la connaître très tôt, d'avoir le temps matériel de l'étudier, de s'en inspirer, de l'adapter pour l'époque à laquelle ses clientes s'habillent, c'est-à-dire mars et avril pour les modes d'été et octobre et novembre pour les modes d'hiver.

Ce travail d'adaptation et d'étude est, par définition, inutile au couturier parisien, créateur des modèles. Il bénéficie donc sur son confrère étranger d'une avance de temps que celui-ci s'efforce de combler, sous peine de voir ses clientes s'habiller à Paris.

Plus nette est encore la question du point de vue du confectionneur étranger.

Ce confectionneur qui reproduit en série le modèle acheté à Paris doit livrer les reproductions tout au début de l'été ou de l'hiver.

Pâques et la Noël sont assez exactement les époques auxquelles ses propres clients, les grands magasins

généralement, devront faire leurs étalages à l'aide des modèles nouveaux.

Or, il lui faut le temps matériel de s'approvisionner de matières premières, de lancer ses fabrications, de passer ses marchés, d'effectuer ses livraisons. Son client doit en outre disposer du temps nécessaire aux manutentions diverses, étiquetages, étalages, etc...

On voit l'importance que cet industriel au véritable sens du mot attache à avoir, bien avant les fêtes qui marquent le début de l'été et de l'hiver, les modèles qui lui sont nécessaires.

Cette pression des acheteurs professionnels est aussi l'origine des présentations dites de demi-saisons, collections d'automne, présentées en Avril et de Printemps présentées en Novembre.

De tout temps la Haute Couture avait modifié ses modèles entre les saisons principales d'été et d'hiver, mais il s'agissait moins d'un vaste effort créateur comparable à celui des collections de saisons que, si l'on peut dire, de variations sur les thèmes de la collection précédente ou d'essais, de tentatives qui devaient se réaliser dans la collection suivante.

En tout cas, ces modèles étaient strictement réservés à la clientèle particulière, et, comme il n'y avait pas un effort d'ensemble, mais simplement des recherches, une mode n'en naissait pas.

Les acheteurs professionnels n'ont pas manqué de voir l'intérêt que pourraient présenter pour eux les modèles d'entre saison.

Confectionneurs ou couturiers étrangers ont com-

pris que les demi-saisons leur permettraient de renouveler les ventes et surtout d'avoir par avance des indications sur « ce qui se ferait » à la saison suivante, tant sur les tissus qui seraient employés que sur les coupes et les lignes générales du costume.

Si bien qu'en commençant par les jeunes maisons désireuses d'augmenter à tous prix leur chiffre d'affaire, l'usage est né des présentations de demi-saisons.

A l'heure actuelle, bien peu de maisons ont pu résister à ce mouvement.

Périodiquement des groupements se forment entre couturiers dont un des objets essentiels serait de supprimer les demi-saisons.

Aucune entente n'est possible, malgré que le modéliste s'élève constamment contre cette pratique qui l'épuise dans son effort créateur, les idées ayant à peine le temps de mûrir qu'elles sont déjà happées par la clientèle.

Bien plus, ce mouvement paraît si irrésistible que l'on voit depuis quelques années les acheteurs assiéger les maisons entre saisons et demi-saisons pour avoir les modèles à peine éclos, en cours même si l'on peut dire de gestation, et qu'en un certain sens les présentations de saisons et demi-saisons perdent de leur importance. Il en résulte dans la création une confusion grandissante puisqu'une série d'efforts discontinus tend à succéder aux efforts d'ensemble que représentaient les grandes et massives collections de saison.

Mais en cédant à cette pression le couturier risque,

et le cas se produit constamment, que ses clientes voient, à leur retour dans leur pays, exposées dans les magasins de New-York ou de Berlin, les robes qu'elles ont achetées le prix fort et sur lesquelles elles auront acquitté de lourds droits de douane dans l'espoir d'être seules ou presque seules à porter ces robes.

A priori on pourrait penser que les couturiers en présence de ce dilemme aient envisagé de faire deux collections différentes, l'une pour les acheteurs professionnels, pour les confectionneurs tout au moins, l'autre pour les clientes.

Ils en sont bien empêchés car, ainsi qu'on l'a vu, le lancement et le succès des robes dépendent des clientes. Les magasins de confections ou grands magasins le savent et c'est de cela qu'est faite leur publicité: le magazine illustré publie les photographies de la robe que porte telle femme du monde connue et réputée pour son élégance, le grand magasin fait savoir qu'il est en mesure de la livrer pour toutes les tailles et bien souvent à tous les prix.

Il est impossible de tromper l'acheteur sur ce point. Les couturiers ont beau créer dans le plus grand secret des modèles particuliers destinés à telles de leurs principales clientes, l'acheteur en est vite informé et n'a de cesse qu'il obtienne ce modèle.

Une solution radicale est parfois envisagée par le couturier qui consisterait à fermer sa maison aux acheteurs et à n'accueillir que la cliente particulière puisque les achats de celle-ci représentent de beau-

coup le plus gros chiffre dans la vente. Ainsi cesserait, semble-t-il, le mécontentement qu'elle manifeste à juste titre de voir ses robes vulgarisées dans un laps de temps très court.

Plusieurs y ont songé et des maisons l'ont essayé : leur efforts ont échoué pour les deux raisons suivantes :

La première est d'ordre juridique. Etant donné que, l'Allemagne mise à part, les grands pays, clients de la Haute Couture, n'ont pas de législation permettant une protection aisée de modèle d'art appliqué, il est pratiquement impossible d'empêcher la reproduction des modèles de couture, modèles qu'il serait toujours facile de se procurer soit dans les maisons de copie parisiennes, soit avec la complicité de clientes particulières.

La seconde est d'ordre commercial : les acheteurs clients médiocres font autour des modèles qu'ils achètent une publicité considérable et bien organisée.

L'annonce, l'affiche, le journal et le magazine, les articles à sensation, tout est utilisé.

Si bien qu'à l'inverse de ce qui se passe en France où la publicité des maisons de Haute Couture est peu importante et ajouterons nous très rarement payée, les modèles de couture sont lancés à l'étranger comme une marque nouvelle de cigarettes, d'automobiles ou parfums.

Encore que cette publicité touche assez peu la clientèle particulière très avertie des maisons de Haute Couture, elle crée cependant autour de quelques noms

une sorte d'aura, une atmosphère de vogue et de succès qui contribuent souvent à décider la cliente indécise et amènent aux maisons qui en bénéficient plus particulièrement les vagues des clientes nouvelles encore ignorantes des secrets de la couture parisienne.

Avoir la clientèle des acheteurs est pour une maison de couture à ses débuts un gage assuré de rapide succès, ce qui ne veut pas dire de succès durable.

Cette large et massive publicité constitue à vrai dire le bénéfice le plus certain que la Haute Couture tire de l'acheteur professionnel. Suffit-il à compenser les dangers que la vulgarisation de plus en plus rapide de ses modèles fait courir à cette industrie?

Cela nous ne le croyons pas, non plus que les couturiers en général.

Il serait bien préférable que la Haute Couture profitât de la puissance dont elle dispose encore à l'heure actuelle pour dicter à l'acheteur des règles qui lui permettraient de préserver le marché de la clientèle particulière.

Mais une condition serait nécessaire qui serait l'entente de quinze ou vingt grands couturiers parisiens, sans exception: cette entente n'a jamais pu être réalisée.

C'est un peu le drame de la couture française, et en tous cas l'une des raisons de l'affaiblissement de sa position dans le monde.

LES COLLECTIONS

L'organisation commerciale de la Haute Couture est traditionnellement centrée autour des deux grandes époques de présentation de modèles, dites « saisons », qui correspondent, dans leur principe, aux saisons naturelles d'été ou d'hiver.

En cela elle ne se différencie pas des autres industries du vêtement.

Comme celles-ci, elle doit se soumettre aux exigences de la nature et adapter son matériau, et par conséquent sa technique aux conditions atmosphériques.

En outre, les occupations humaines changeant de l'hiver à l'été, le costume est appelé à usage différent.

Depuis quelques années et en partie par suite des exigences des acheteurs professionnels, la coutume s'est répandue d'une manière à peu près générale de présenter des collections dites de demi-saison.

Du point de vue du modèle, les collections d'intersaison représentent une mise au point ou un essai.

Les robes présentées rappellent les modèles de la saison précédente ou annoncent ceux qui seront présentés à la saison suivante. De là, on l'a vu, leur intérêt aux yeux des acheteurs professionnels.

Les présentations de collections de saison ont lieu

à date à peu près fixe; les modèles d'été sont montrés à la fin de janvier et au début de février, ceux d'hiver au début d'août.

Les dates de présentation des collections de demi-saisons sont moins précises.

La présentation d'Automne a lieu vers la fin de mars ou le début d'avril, selon la date à laquelle tombe Pâques. La collection de Printemps est montrée vers la Toussaint.

Les collections sont présentées en premier lieu aux acheteurs. Quinze jours ou trois semaines après cette présentation on commence à recevoir les clientes particulières.

Les services commerciaux des maisons surveillent les répertoires d'acheteurs arrivés sur place, publiés quotidiennement.

Ils envoient chez les commissionnaires des invitations qui sont nécessaires afin d'empêcher que des éléments indésirables, copieurs, concurrents, etc... s'infiltrant dans les maisons à cette occasion. Le jour de cette manière de répétition générale les acheteurs arrivent ou seuls ou accompagnés des employés des maisons de commission.

Une collection ordinaire est composée d'environ 150 à 300 modèles répartis en:

- Robes et ensembles de sport,
- Tailleurs,
- Robes du matin,
- Robes d'après-midi,
- Robes d'après-midi habillées,

- Robes de petit dîner,
- Robes du soir,
- Manteaux de jour et de soir,
- Fourrures,
- Capes,
- Blouses, déshabillés, lingerie,
- Pyjamas et costumes de bain.

Après le défilé des mannequins, le lendemain et le surlendemain, les commandes sont passées.

Pour chaque commande différente, il est remis à l'acheteur ou plus exactement on envoie à son commissionnaire des fiches de références.

Ces fiches portent un certain nombre d'indications relatives à la confection des robes ou manteaux commandés, indications qui sont nécessaires à la répétition de la robe notamment le genre du tissu et la quantité, la maison d'où il provient, le nom des fournisseurs divers, brodeurs, dentelliers, accessoiristes.

Ces indications sont nécessaires à l'acheteur s'il désire emporter de Paris les matériaux nécessaires aux toutes premières répétitions qu'il devra exécuter dès son arrivée dans son pays pour ses propres présentations et avant que son confectionneur ait été en mesure de lui livrer des reproductions.

Les maisons les plus importantes ont souvent deux séries de présentations aux acheteurs; la première est réservée aux acheteurs des Etats-Unis, la seconde aux acheteurs européens, moins pressés puisque leurs résidences ne sont qu'à 24 ou 36 heures de Paris.

Dès que les commandes des acheteurs sont passées,

il est possible au couturier de faire le point une première fois.

Il connaît déjà quelques-uns de ses modèles à succès. Leur répartition est approximativement la suivante :

Sur les 300 modèles de tous genres qu'il a fait défiler, on peut compter qu'il s'en trouve 5 que presque tous ont achetés, 5 n'ont été choisis que par quelques-uns et 2 ou 3 sont commandés une ou deux fois. En outre, un bon nombre d'acheteurs qui ne sont venus là que pour s'inspirer des lignes générales de la collection n'achèteront rien. C'est le premier bilan de l'effort du couturier.

La confection des commandes par les ateliers s'étend sur quinze jours ou trois semaines, période après laquelle commencent les présentations aux clientes particulières.

Celles-ci sont plus longues et en certain sens plus difficiles que les acheteurs dans leur choix.

Cette clientèle est répartie entre les vendeuses qui sont chargées de veiller à l'exécution des commandes, d'en suivre la confection et les essayages.

La vendeuse principale, dite première vendeuse, a un rôle assez difficile. Il lui appartient, en effet, d'orienter la cliente indécise vers les modèles qu'elle estime les mieux appropriés à cette cliente, souvent contre le désir et l'avis de celle-ci.

En outre, elle doit se renseigner sur son identité et sa solvabilité. Il lui faut notamment obtenir, sans la harceler ou la mécontenter, un règlement aussi rapide

que possible des factures, pour diminuer le découvert et faciliter la trésorerie de la maison.

Si, en effet, le fournisseur est souvent le banquier de la couture, le couturier est le banquier de la cliente. Il n'est pas rare que ses découverts excèdent largement le capital social de sa maison ! Aussi les maisons les plus anciennes, qui disposent de réserves importantes et dont les installations sont amorties dans une large mesure, sont-elles de ce côté plus favorisées que les maisons jeunes. On comprend qu'elles soient moins obligées de courir après l'acheteur professionnel qui paye comptant ou à 30 jours comme on l'a vu.

La première vendeuse est entourée d'un petit état-major de secondes vendeuses qui sont chargées de l'aider dans le détail de son travail. Les secondes vendeuses s'occupent plus spécialement de la liaison entre les salons de vente, les ateliers et les manutentions.

L'exécution des commandes des clientes se complique des essayages qui sont faits par un personnel très spécialisé, d'un recrutement difficile et par conséquent très bien payé.

Il convient, en effet, d'adapter chaque modèle à des clientes physiquement très différentes.

Au bout de quelques jours le couturier sait quels seront les modèles qui se vendront le mieux, quelles robes « marchent » bien.

Là encore le nombre des robes ou manteaux à succès est assez limité : une vingtaine au plus dont la moitié ont déjà eu la vedette auprès des acheteurs, ceux-ci

s'étant décidés, on l'a vu, en fonction de goût probable des clientes.

Le bilan total d'une saison est donc d'environ 30 modèles à succès sur les 300 présentés.

La maison vit sur ces trente modèles: leur prix de revient se trouve automatiquement surchargé des frais de création de toute la collection: on a vu que ces frais étaient considérables depuis le salaire du modéliste jusqu'au travail de préparation dans les ateliers et au gâchage des étoffes.

En outre, les frais généraux de la maison, importants parce qu'il faut servir vite et bien dans un cadre somptueux une clientèle habituée au luxe et au faste, se trouvent répartis sur ces quelques robes

Par ailleurs, il arrive souvent que le modéliste s'est trompé dans son appréciation à priori des succès de la collection: tel modèle dont il avait espéré le succès et pour lequel il avait acheté ferme du tissu dans l'espoir d'augmenter son bénéfice n'est pas remarqué. La maison devra solder son stock avec une perte sensible.

La question est particulièrement délicate pour modèles garnis de fourrures: les stocks de peaux qui sont généralement achetés fermes restent pour compte au couturier qui s'en débarrasse dans des conditions naturellement médiocres.

Enfin, il faut compter avec la collection qui ne réussit pas pour des raisons qu'on a vues et qui sont le plus souvent imprévisibles. Cet échec est d'autant plus

nuisible qu'il est vite connu. Il en résulte une contre publicité orale qui s'étend sur plusieurs saisons.

Le même engouement, qui poussait acheteurs et clients vers les collections en vogue, joue à contre sens et le couturier doit, durant plusieurs saisons, remonter le courant qui éloigne de lui sa clientèle

ÉVOLUTION DE LA CLIENTÈLE

Une différence essentielle se marque de la clientèle d'avant-guerre à la clientèle actuelle.

D'une manière générale, on peut dire que cette différence tient aux transformations rapides et constantes des marchés, à l'instabilité des classes dans un monde qui n'a pas encore retrouvé son équilibre, et à l'évolution précipitée des mœurs.

Avant la guerre, la clientèle de Haute Couture était homogène dans son recrutement et relativement stable, comme l'étaient les fortunes et les mœurs.

Outre la haute bourgeoisie française, elle comprenait les diverses aristocraties européennes, notamment anglaise et russe.

Enfin, depuis un quart de siècle environ, les Américaines s'étaient affranchies de l'héritage puritain et les plus riches d'entre elles, cependant qu'elles forçaient les portes des cercles de la mondanité occidentale, étaient venues grossir le nombre des clientes de la Haute Couture française.

Cette clientèle, malgré la différence des races et des pays d'origine, était homogène. Le genre de vie, les occupations, les goûts et les plaisirs, les enthousiasmes et les snobismes de chacun de ceux qui composaient cette sorte d'Internationale des Cours et de la Fortune étaient les mêmes.

Autour des aristocraties anglaises et françaises, s'étaient constituées depuis longtemps déjà une vie de Société et une véritable mondanité auxquelles la parure et l'éclat du vêtement étaient destinés.

Paris et Londres imposaient des règles auxquelles personne ne songeait à contredire.

Par ailleurs, et au-dessous de cette caste, la bourgeoisie et la classe moyenne, sauf en France et en Angleterre, ne participaient que de très loin aux mouvements de la mode.

Dans presque tous les pays, la femme était encore assez peu évoluée de ce point de vue.

Particulièrement dans les pays protestants de l'Europe centrale, de vieilles chaînes pesaient encore sur elle qui la retenaient dans son appétit naturel pour la parure.

Le bouleversement politique de l'Europe à la suite de la guerre, l'émigration de la richesse de notre continent vers les Amériques, modifièrent considérablement la composition de la clientèle de la Haute Couture.

L'aristocratie russe qui constituait un appoint considérable a disparu. Beaucoup des familles princières de l'Europe centrale sont ou bien ruinées ou mènent une vie retirée.

Celles des Cours européennes qui subsistent ont été contraintes de réduire considérablement leurs dépenses somptuaires et le faste dont elles s'entouraient.

Enfin, les grandes fortunes d'avant-guerre en France et en Angleterre ont été durement atteintes soit par les lourdes impositions, conséquences de la guerre, soit par la dévalorisation de la monnaie.

Une nouvelle clientèle s'est formée qui, à l'inverse de l'ancienne, ne présente aucune homogénéité dans son recrutement et ne repose pas encore sur une situation de fortune solidement établie.

Née des heureuses spéculations de la guerre et de l'après-guerre, issue de tous les milieux, elle n'a pas pu s'installer d'emblée dans la vie de société, qui suppose entre un certain nombre de personnes une similitude de goûts, d'anciennes traditions et enfin une vue commune du monde et des choses.

Déracinée par sa fortune récente, elle ne trouva que les caricatures de la mondanité: le dancing remplaça le salon, la surprise party tint lieu de réception. Du luxe et du faste elle n'atteignit que l'extérieur.

Les conditions de travail du couturier, le sens dans lequel il devait orienter ses créations en furent entièrement modifiés.

Une obligation toute nouvelle s'imposa à lui qui était d'affiner peu à peu cette clientèle, de former son goût, de l'enseigner dans la connaissance de l'élégance, à mesure qu'elle parvenait elle-même avec le temps à recréer autour d'elle un peu de l'atmosphère de la mondanité véritable. Le retour progressif à la

robe longue a marqué les étapes de cette sorte de rééducation.

L'Américaine du Nord, devenue brusquement la principale cliente de la Haute Couture, se prêtait admirablement à cet effort. Intelligente, mobile, femme de grand goût par certains points, d'un beau type physique, elle s'est rapidement adaptée aux exigences de sa nouvelle situation.

Quoique d'une manière très différente, il en est de même pour l'Américaine du Sud qui est naturellement tournée vers l'éclat. En outre, à cause de ses origines latines, elle nous sera, en beaucoup de sens, plus perméable que l'Américaine du Nord dont les réactions nous échappent souvent.

Enfin, en Europe même où les conditions économiques sont, et pour longtemps encore, trop défavorables pour que ses marchés puissent avant bien des années jouer un rôle très important pour la couture, une évolution de la femme, une sorte d'affranchissement se marque dont il y a lieu de tenir compte.

La classique silhouette de la femme allemande, par exemple, se modifie. Sous l'influence des sports et de la vie au grand air, par suite aussi d'un changement dans la mentalité, son corps s'affine. Rien n'est plus caractéristique.

Cependant, à l'inverse de la société d'avant-guerre qui reposait sur des fortunes anciennes et solides, cette nouvelle société est encore mouvante. Tel qui

était riche la veille est aujourd'hui ruiné, un autre au contraire hier encore inconnu parvient à la fortune. Comme, en outre, il s'agit de coups du sort atteignant non seulement les individus mais des catégories entières, il en résulte un continuel mouvement de va-et-vient que le couturier est, pour sa part, obligé de suivre constamment.

La crise agricole qui s'est abattue sur les Etats-Unis depuis 1926, le krach de la bourse de New-York en novembre 1929 ont modifié la composition des salons du couturier. D'autres femmes, nouvelles venues à l'élégance, ont remplacé des clientes qui, depuis dix ans, s'étaient peu à peu affinées par un contact prolongé avec le luxe et le bon goût.

Ainsi se pose au couturier toute une série de problèmes qui jusqu'à une date récente lui étaient inconnus.

Il va donc être contraint de remanier profondément son organisation commerciale actuelle, encore destinée à la clientèle stable d'avant-guerre et d'adapter ses méthodes à ses nouvelles clientes dont à l'inverse des anciennes les occupations, le genre de vie, les goûts et le degré d'évolution quant à la mode sont extrêmement variables.

Au lieu d'attendre chez lui une clientèle qui venait à sa maison par tradition et par habitude, il devra suivre patiemment les mouvements des différents marchés, dont certains s'ouvriront ou se fermeront au hasard de la politique ou des affaires. Il devra les

prospector soigneusement afin de s'emparer d'eux au bon moment et si, par suite d'événements malheureux, les débouchés sur lesquels il avait édifié en partie son trafic se ferment momentanément, il lui faudra chercher ailleurs l'équilibre commercial de son entreprise.

A côté du service commercial proprement dit, le service d'études d'une maison de couture est appelé à jouer un rôle de plus en plus important.

PROBLÈMES DE L'EXPORTATION

Considérée du point de vue du commerce international, l'industrie française du vêtement féminin est une industrie purement exportatrice.

Cette position s'explique par l'hégémonie mondiale de la Haute Couture parisienne en matière de création de modèles.

La statistique générale de la France, établie depuis 1921, d'après les valeurs déclarées par les exportateurs, présente les chiffres suivants, pour les années 1926 à 1929 :

VETEMENTS CONFECTIONNES

	IMPORTATIONS	EXPORTATIONS
	(en milliers de frs.)	(en milliers de frs.)
1926	11.487	1.970.638
1927	8.967	1.771.092
1928	13.129	1.649.596
1929	18.952	1.434.608

Ainsi qu'on le voit l'importation est presque nulle alors que le chiffre de l'exportation est un des plus importants du bilan du commerce extérieur de notre pays.

Il est assez délicat d'analyser ce chiffre du seul point de vue de la Haute Couture. La statistique dou-

nière comprend en effet, sous la rubrique commune « Vêtements et accessoires du vêtement confectionné pour femmes, fillettes et enfants », toutes les sortes d'articles d'habillement depuis le modèle de haut luxe jusqu'aux vêtements confectionnés à bas prix.

D'autre part, les diverses organisations syndicales de l'industrie du vêtement ne tiennent pas de répertoires et ne publient pas régulièrement tout au moins, de statistiques ou de documents qui permettraient un dépouillement des chiffres globaux des statistiques officielles.

En outre, la *Statistique générale de la France* est établie d'après les valeurs déclarées par l'exportateur. Or, une bonne partie des achats faits par la clientèle particulière n'y figure pas, les livraisons étant effectuées à Paris et les commandes étant emportées par les clients eux-mêmes qui négligent les déclarations aux autorités douanières à la sortie de France. En règle générale, cette statistique rend surtout compte des achats effectués par les acheteurs professionnels.

L'étude des marchés étrangers et du genre d'articles qu'ils demandent à Paris fournit des indications utiles à la critique des chiffres ci-dessus.

Les marchés anglais, américains, hollandais, italiens, allemands et canadiens, ainsi que les pays de l'Amérique du Sud, sont presque uniquement des clients de modèle.

Les exportations de confection à bon marché y sont peu importantes. Ces pays possèdent en effet des industries de confection très évoluées (Etats-Unis,

Grande-Bretagne, Allemagne) ou sont, pour ce genre d'articles, tributaires de pays voisins autres que la France, comme c'est le cas pour le Canada qui s'approvisionne aux Etats-Unis, des Pays Scandinaves qui achètent en Allemagne, des Pays du Pacifique qui dépendent de l'Amérique ou du Japon.

Au contraire, certains autres marchés, comme les colonies françaises ou l'Inde anglaise, sont presque uniquement des clients de confection. Leurs achats de modèles sont insignifiants.

Enfin, les chiffres qui peuvent être attribués au marché du modèle, la confection étant mise à part, ne s'appliquent pas en totalité à la Haute Couture proprement dite.

A côté du modèle très nouveau, très original, que la Haute Couture lui fournit, l'acheteur étranger réserve une partie de ses commandes à la moyenne couture parisienne dont les modèles sont plus simples et plus adaptés à une clientèle à moyens limités, tout en conservant le chic et le bon goût parisiens et la ligne générale qui fait qu'ils sont à la mode.

En d'autres termes, les achats en moyenne couture dispensent le professionnel étranger d'adapter les modèles de Haute Couture au petit et moyen public qui composent en partie sa clientèle.

Il y trouve en outre une économie, ces modèles étant meilleur marché que ceux des grandes Maisons.

A l'exception de l'acheteur américain, essentiellement client de la Haute Couture, l'acheteur étranger

anglais, suisse, belge ou allemand porte donc une partie de ses achats en moyenne couture.

La répartition des achats entre ces deux branches de couture est variable selon les pays : elle est voisine de la moitié pour la Grande-Bretagne; elle est plus importante encore au profit de la moyenne couture pour les pays continentaux, Belgique, Suisse, Allemagne et Pays-Bas, gros clients du modèle à prix moyen.

Il en ressort donc que la confection et la moyenne couture française ont dans les chiffres de notre exportation une place importante à côté de la Haute Couture. Mais on a vu précédemment qu'ils étaient solidaires de celle-ci et que leur prospérité dépendait dans une large mesure de sa renommée et de son activité. L'activité exportatrice de la moyenne couture s'explique par ce fait qu'elle est dans l'ambiance et si l'on peut dire dans le sillage de sa grande sœur, ce qui lui permet une étude rapide et une adaptation pertinente des créations de celle-ci.

De l'avis des commissionnaires particulièrement bien informés sur ce point, un tiers seulement des ventes ressortirait à la Haute Couture, dont l'exportation s'élèverait à environ 400 à 500 millions de francs annuellement. On verra qu'une partie appréciable de ce chiffre est fait par les contrefacteurs au détriment des maisons créatrices.

Le tableau ci-dessous résume à peu près la position de la Haute et de la Moyenne couture française vis-à-vis de leurs principaux clients, classés par ordre d'importance.

VETEMENTS CONFECTIONNES

	1929.	1928.	1927.	Total des exportations 1929.
Gr.-Bretagne	787.369	733.078	707.860	7.566.539
Etats-Unis .	339.826	374.544	467.639	3.322.349
Pays-Bas ..	62.220	84.799	92.555	1.254.421
Suisse	61.136	77.599	65.842	3.371.630
Belgique ...	53.160	63.288	69.652	7.221.252
Italie	33.158	28.705	19.601	2.206.894
Allemagne ..	30.895	53.156	55.698	4.732.141
Canada	28.348	60.316	41.578	586.399
Argentine ..	23.181	25.179	40.435	1.066.754
Espagne ...	10.382	18.661	16.844	1.587.499
Brésil	8.810	9.251	7.544	458.246

(En milliers de francs)

Pour les raisons qui ont été indiquées plus haut, cette statistique, établie à l'aide des valeurs déclarées à l'exportation, ne rend compte que d'une manière très approximative de l'importance de notre exportation et de l'implantation du modèle français dans certains pays comme les grandes Républiques de l'Amérique du Sud notamment.

La composition du salon de vente du couturier prouve, en effet, que la clientèle sud-américaine commence à jouer un rôle considérable dans les achats, mais à l'inverse de ce qui se passe pour l'Angleterre ou les Etats-Unis, elle ne comprend que très peu d'acheteurs professionnels à côté des clientes particulières de plus en plus nombreuses. Cette clientèle néglige, dans la plupart des cas, les formalités douanières à la sortie de France, si bien que ses achats ne figurent pas dans les statistiques. En outre,

elle vit plusieurs mois sur le continent, généralement à Paris et dans nos villes d'eaux.

Enfin, on verra plus loin que les marchés sud-américains sont alimentés en modèles français par les confectionneurs new-yorkais.

Cependant, la Grande-Bretagne et les Etats-Unis sont encore de beaucoup nos principaux clients.

Leurs achats de modèles de couture (les exportations de vêtements masculins compris dans le chiffres ci-dessus sont nuls pour les Etats-Unis et de peu de valeur pour l'Angleterre) représentent un dixième de leur importation d'origine française et plus de la moitié des ventes à l'étranger de la Couture parisienne.

Cette activité, limitée presque exclusivement à la Haute Couture en ce qui concerne les Etats-Unis, s'explique par deux considérations.

On sait que l'Américain du Nord a un genre de vie plus large que l'Européen, que le « standart of living » est, dans ce pays, supérieur à celui à de l'Europe parce que les salaires y sont plus élevés et que, par conséquent, la puissance d'achat de l'habitant y est plus considérable; l'Américaine consacre au vêtement des sommes plus importantes que l'Européenne d'un niveau social équivalent.

Très connaisseuse, ayant bon goût, attachant une très grande importance au nom du fournisseur, elle exige normalement des modèles des plus grands couturiers parisiens.

La publicité que les acheteurs ont faite autour des maisons de la rue de la Paix ou des Champs-Élysées a créé une demande considérable de modèles aux Etats-Unis. Un certain snobisme est né qui favorise très heureusement les ventes des maisons parisiennes.

C'est d'ailleurs une des raisons pour lesquelles les essais faits par des Américains pour lancer une couture new-yorkaise n'ont jusqu'ici jamais abouti.

De ce côté, le prestige de Paris est encore intact.

L'activité des exportations vers l'Angleterre s'explique d'une manière différente. Elle tient plutôt à l'existence dans ce pays de très grosses fortunes généralement anciennes, et par conséquent d'une vie mondaine très développée.

Les réceptions par les Souverains, les présentations à la Cour, et les fastes de la « season » londonienne créent et entretiennent une demande continue de robes, dont Paris bénéficie par tradition, soit directement, soit par l'intermédiaire des couturiers londoniens.

D'autre part, ces deux pays approvisionnent en modèles parisiens une partie du monde qui échappe ainsi au commerce français.

On peut remarquer en effet que nos exportations dans un certain nombre de pays pourtant riches sont peu élevées ou même insignifiantes.

Ces pays peuvent se répartir en deux groupes : l'un comprend les plus riches colonies anglaises, l'Inde et l'Afrique du Sud où les grandes fortunes sont nombreuses et dans lesquelles la vie mondaine ou exté-

rieure est développée. Ces pays sont approvisionnés par les fabricants britanniques qui reproduisent en grandes quantités les modèles achetés par eux à Paris.

Il est impossible de chiffrer les exportations anglaises de modèles vers ces territoires, les statistiques britanniques ne distinguant pas entre la Haute Confection et la confection à bas prix, industrie qui représente, comme on le sait, une des ressources les plus grandes de ce pays.

L'autre groupe comprend les Etats de l'Amérique centrale et notamment Cuba dont la capitale, La Havane, devient de plus en plus une ville de grand luxe, rivale de Cannes et de Deauville, et ceux de l'Amérique du Sud, pays où se sont édifiées des fortunes considérables et où il existe une vie fastueuse, favorable au commerce du couturier.

Ces pays sont alimentés en modèles français par la couture new-yorkaise. Cette situation, en apparence paradoxale, s'explique à la fois par la proximité des Etats-Unis et par la prédominance, depuis la guerre particulièrement, des intérêts financiers et commerciaux nord-américains dans ces pays.

C'est aussi le cas du Canada, du Japon et de l'Australie, ces derniers pays ne figurant que pour une somme extrêmement faible dans l'exportation française.

Le retard inévitable dans l'arrivée des modèles en Amérique centrale et du Sud qu'entraîne le relais de New-York se trouve comblé dans une large mesure à l'aide d'une curieuse combinaison américaine extrê-

mement dommageable pour le couturier français.

Elle est la suivante : on sait que les modèles français sont frappés à leur entrée aux Etats-Unis de droits de douane très lourds.

Comme ces modèles, lorsqu'ils sont acquis par les acheteurs professionnels, sont uniquement destinés à la reproduction, ils sont introduits sous le régime de l'admission temporaire, c'est-à-dire que l'acheteur est tenu de les sortir du pays dans un délai de six mois.

D'après les statistiques officielles de la douane américaine, 80 pour 100 des modèles achetés par les professionnels sont introduits sous le régime de l'admission temporaire.

Pratiquement, ces modèles ne sont utilisés que pour les présentations par les grands magasins et pour l'établissement des patrons types, c'est-à-dire durant deux ou trois semaines environ. Jusqu'à une date récente, ces modèles étaient abandonnés ou renvoyés en France dans des maisons de solde qui s'en défaisaient à bas prix.

Depuis quelques années un groupe de commerçants américains, composé surtout de quelques entreprises new-yorkaises de dédouanement, s'est formé qui rachète aussi rapidement que possible les modèles en admission temporaire et les réexpédie aux maisons de couture canadiennes, cubaines, brésiliennes et argentines.

Comme, dans ces conditions, les modèles ne sont pas facturés au prix d'origine des maisons françaises mais à des prix de solde, les droits de douane à l'en-

trée, généralement calculés ad valorem dans les pays qui les reçoivent, se trouvent extrêmement réduits, d'où une concurrence singulièrement vigoureuse pour le couturier parisien.

Cette combinaison ingénieuse commence à être connue et s'étend maintenant à l'Australie. Le marché new-yorkais tend à s'y substituer à nous dans la vente de nos modèles.

Depuis plusieurs années, les achats des Etats-Unis chez nous n'augmentent pas.

On constate au contraire une diminution assez sensible des ventes qui sont descendues de près de 130 millions depuis 1927, alors que le franc est resté stable et que les prix des modèles n'ont pas varié en moyenne.

Cette tendance peut s'expliquer par deux raisons, dont l'une au moins est particulière au marché américain.

La première dans l'organisation à Paris de bureaux de style.

Le « styliste » est détaché d'une manière à peu près permanente à Paris pour y suivre les évolutions et les tendances de la mode, se renseigner sur les étoffes nouvelles, généralement enfin sur tout ce qui touche le style en couture et éclairer, ainsi par avance, ses patrons américains à qui il doit faire tenir toutes les indications utiles sur l'orientation de la mode et s'il le peut, lui faire parvenir des dessins.

Ainsi renseigné, l'acheteur américain peut prépa-

rer par avance ses collections; s'il vient à Paris, il n'y trouve plus que ce qu'il connaît déjà approximativement. Ses achats diminuent en conséquence.

L'autre raison est dans le développement aux Etats-Unis des entreprises de location de modèles pour la copie. Ces entreprises fonctionnent de la manière suivante :

Elles envoient à Paris à chaque collection des acheteurs qui se procurent des modèles ou simplement les patrons, les croquis et les références.

Dès leur arrivée aux Etats-Unis, ces modèles sont mis en location. Moyennant une rétribution assez faible de quelques dollars, les couturiers ou confectionneurs américains peuvent les étudier, en prendre copie, en noter les références.

On conçoit que de telles organisations dispensent bien des Américains de venir à Paris.

Des entreprises similaires existent à Berlin et à Francfort, pour l'Europe centrale.

Les principaux clients européens de la Haute Couture sont la Hollande, la Suisse, la Belgique et l'Allemagne. Ces deux derniers pays ont une industrie de confection très développée et pour une large part tributaire des modèles de la Haute Couture parisienne.

Ainsi que les Etats-Unis pour l'Amérique et l'Australie, l'Allemagne est le grand distributeur des modèles français pour l'Europe centrale et orientale.

L'Autriche, la Tchécoslovaquie, la Pologne et les Pays Scandinaves achètent dans la Haute confection

berlinoise les modèles parisiens. Outre la proximité pour eux de la capitale allemande, ils réalisent ainsi une économie, les reproductions étant vendues meilleur marché que les modèles originaux.

On constate même depuis quelques saisons une tendance des acheteurs américains à aller acheter nos modèles en Allemagne afin de bénéficier des prix réduits.

Afin d'enrayer ce mouvement, la Couture s'efforce de décaler assez considérablement ses livraisons à l'Europe par rapport à ses livraisons aux acheteurs américains, l'acheteur européen ne devant recevoir les commandes qu'après le départ de ses confrères américains.

Le développement de la copie à Paris rend très difficile cette politique par ailleurs prudente.

Ainsi directement ou par ses relais d'Europe Centrale ou des Etats-Unis, la Couture française approvisionne le monde entier en modèles, c'est-à-dire en idées, le matériau et la main d'œuvre étant de plus en plus fournis par les pays clients du fait des barrières douanières très élevées et des gros frais accessoires, transports, assurances, etc..

Elle est donc théoriquement placée sur le plan de l'écrivain, du compositeur de musique, du sculpteur, ou si l'on peut dire du marchand d'idées.

Or, pratiquement, les bénéfices qu'elle retire de sa puissance créatrice se limitent à la publicité que lui font les acheteurs professionnels — publicité dont

l'effet est de créer autour d'elle une aura et d'entretenir sa renommée — et aux achats de modèles par cette catégorie de clientèle. On a vu que ces achats étaient assez faibles puisqu'ils ne représentent au mieux que le cinquième de son chiffre total d'affaires.

La situation est en quelque sorte paradoxale : d'un côté les clientes particulières peu nombreuses achetant beaucoup, de l'autre une clientèle mondiale dont les achats se limitent à quelques centaines de modèles, dont certains provoqueront une telle demande qu'ils seront reproduits dans les mêmes proportions qu'un livre ou une romance à succès.

Les exemples sont constants en effet de robes ou de manteaux particulièrement plaisants qui ont été répétés dix mille, vingt mille et trente mille fois.

On cite même le cas d'un modèle d'une maison parisienne qui aurait été reproduit cinquante mille fois par un seul confectionneur américain : c'est le record actuellement connu de la couture parisienne. Or ce modèle a été payé 3.500 francs.

Ceci revient à dire que la maison créatrice n'a tiré à peu près aucun bénéfice pécuniaire de cette réussite extraordinaire. Il en est constamment ainsi.

Plusieurs solutions ont été envisagées qui se ramènent toutes à associer, sous la forme d'un droit d'auteur, le créateur aux entreprises de reproduction. Cette sorte de redevance le ferait participer pécuniairement au succès de ses créations.

On voit combien une telle mesure serait logique. Sans doute, dans l'exemple cité plus haut, bien des

facteurs indépendants du créateur sont intervenus dans le succès : valeur de l'organisation technique et commerciale du confectionneur, qualité de son travail, mais la renommée de la maison française et surtout le charme et l'originalité du modèle ont joué un grand rôle, qualités qui n'ont reçu qu'une rémunération insignifiante. On conçoit que si le créateur avait touché une somme même minime, 5 francs par reproduction par exemple, il n'y eut dans cette sorte de prime qu'un bénéfice mérité.

De ces réflexions est née l'idée d'une *Société des Auteurs de la Mode* dont l'objet serait d'imposer et d'organiser la perception d'une rémunération de cette sorte sur les reproductions. Cette Société serait plus ou moins calquée dans son organisation sur des groupements déjà existants pour la perception des droits d'auteur sur les œuvres littéraires ou plastiques, sur les enregistrements phonographiques, sur les compositions musicales.

Etant donné l'énorme diffusion des modèles de la couture française, modèles infiniment plus répandus à l'étranger qu'en France même, on mesure les profits pécuniaires que notre pays en retirerait.

On a vu plus haut l'objection majeure à laquelle un tel projet se heurte, à savoir l'absence à peu près générale de protection pour les créations des arts appliqués, et singulièrement des modèles de couture.

Cependant un essai, sous une forme bâtarde d'ailleurs, a été envisagé il y a quelques années dans les circonstances suivantes :

Une très importante maison d'édition américaine de magazines, à l'usage d'un public moyen, joignait à la vente de ses fascicules une entreprise de patrons en papier, remarquablement exécutés, patrons reproduisant les robes et manteaux les plus en vogue de la Couture parisienne.

C'était mettre pour un prix très faible, à la disposition de tous, les idées mêmes des créateurs parisiens, les patrons permettant la reproduction du modèle par toute bonne couturière.

Mise en demeure par l'une des Associations des couturiers parisiens de cesser la vente de ces patrons, elle répliqua en demandant en vertu de quelles lois américaines ou anglaises — car elle vendait aussi en Angleterre — on prétendait lui interdire ce trafic.

Son attitude était logique, étant donné les législations de ces pays.

Cependant, elle déclarait comprendre, dans son fonds, les réclamations de la couture parisienne et elle envoyait à Paris deux représentants chargés de rechercher une solution équitable du différend.

Ceux-ci firent remarquer aux délégués des maisons françaises que la société américaine achetait les modèles qu'elle reproduisait sous forme de patrons en papier, soit chez les couturiers eux-mêmes, soit chez leurs clients directs américains auxquels le droit de reproduire les modèles n'était ni contesté ni même grevé d'une sorte de servitude quant au mode de reproduction.

Au surplus, ajoutaient-ils, le modèle d'art appliqué

ne faisait pas, dans les conditions actuelles, l'objet d'une propriété privative aux Etats-Unis non plus qu'en Angleterre.

Pourtant, et c'était l'objet même de leur mission, ils étaient prêts à examiner la question en équité et se déclaraient disposés à conclure avec les couturiers intéressés un accord aux termes duquel ceux-ci appuieraient officiellement l'entreprise de vente des patrons papier édités par le magazine en question, en compensation de quoi il leur serait versé un pourcentage à convenir sur la vente des dits patrons.

C'était reconnaître implicitement le droit d'auteur du couturier.

Les pourparlers devaient échouer sur le taux du pourcentage. Les couturiers estimèrent d'une manière générale que le taux proposé par l'entreprise américaine était insuffisant en considération de l'estampille officielle qu'ils étaient appelés à donner à une entreprise qui touchait surtout une clientèle très moyenne. Ils craignaient surtout qu'un discrédit en résultât à la longue pour eux auprès de leur clientèle particulière, discrédit qu'un faible profit momentané n'aurait pas compensé.

La société américaine de son côté se refusait à augmenter le pourcentage qu'elle avait proposé, puisque la couture française n'étant pas en mesure, par suite de l'absence d'une législation protectrice de lui assurer l'exclusivité de la vente des patrons de Haute Couture sur les marchés américains et anglais, il lui était impossible d'augmenter le prix de vente de ses pa-

trons papier sans risquer une concurrence victorieuse de la part des entreprises similaires qui n'auraient aucune redevance à verser au créateur, et dont, par conséquent, les prix de revient pouvaient être inférieurs aux siens.

Cependant les discussions soulevées autour de ces propositions créaient dans la couture un courant d'idées nouvelles. L'attention était attirée sur les questions de droit d'auteur, et les modalités selon lesquelles il pourrait être établi.

Une seconde tentative allait être faite, dans des conditions extrêmement différentes.

Elle peut s'analyser ainsi :

Le couturier français concéderait à une maison étrangère le droit exclusif de reproduire et de vendre ses modèles, dans un territoire donné, moyennant une redevance à convenir, redevance proportionnelle aux ventes des dits modèles, un chiffre minimum de ventes annuelles étant garanti.

Cette proposition suppose, à priori, l'existence juridique d'un droit de propriété en matière d'arts appliqués et notamment de modèles de couture.

C'était, semble-t-il, le cas pour l'Allemagne.

En 1928, un groupe allemand très puissant se déclarait prêt à examiner des propositions dans le sens suivant :

Ce groupe serait, pour l'Allemagne, le concessionnaire exclusif d'un certain nombre de couturiers français dont il donnait les noms.

Il estimait en effet qu'il lui était nécessaire, vu les

avantages pécuniaires qu'il consentirait aux créateurs français, de représenter les noms les plus en vogue de la couture française, afin d'éliminer toute concurrence sur le marché allemand et de s'assurer un quasi monopole du modèle français.

Les acheteurs professionnels allemands, couturiers confectionneurs, grands magasins devraient s'adresser dorénavant à ce groupe.

Il lui serait remis par les maisons françaises des griffes à leur nom, griffes qui serviraient de base à la perception du droit d'auteur.

Enfin, les couturiers français abandonnant au groupe concessionnaire leur ancienne clientèle de professionnels, celui-ci garantirait un certain minimum annuel d'achat, correspondant à la moyenne des achats faits par ces professionnels durant les derniers exercices.

C'est sur cette dernière question, essentielle d'ailleurs, que les négociations échouèrent. Le groupe concessionnaire consentait bien à garantir un minimum total d'achat pour l'ensemble des maisons françaises mais se refusait à garantir un minimum à chaque maison individuellement. Il voulait réserver intégralement son droit à choisir dans les diverses collections, et dans la proportion qu'il estimerait utile pour ne pas courir avec tel créateur le risque de l'insuccès d'une collection. Il tenait à être entièrement libre de porter la plus grande partie de ses achats sur les collections les plus en vogue à un moment donné, posi-

tion qui est celle même de l'acheteur dans les conditions actuelles.

Par contre, les couturiers refusaient, chacun en ce qui le concernait, d'envisager une telle combinaison qui leur lierait les mains, leur enlèverait toute possibilité de défendre personnellement leur chance sans les assurer d'une compensation dans tous les cas.

En outre, un danger leur apparaissait, danger que présente toute concession exclusive de la totalité d'une production, dans ce fait qu'ils rompraient toutes relations directes avec leurs différents clients et qu'ils ne dépenderaient plus que d'un seul, à la merci duquel ils risquaient de se trouver dans un délai très bref.

Cependant cette tentative a été pleine d'enseignements pour la couture. Elle a permis de préciser bien des points : des solutions pourront être trouvées lorsque, d'une manière générale, la condition nécessaire à de telles ententes sera réalisée à savoir : l'existence juridique d'un droit de propriété du couturier sur ses modèles.

LE PROBLÈME DOUANIER

La question des douanes qui frappent les modèles de couture à leur entrée dans les pays qui sont nos principaux clients n'est pas moins importante pour la vitalité de notre industrie de la Haute Couture.

Les droits qui pèsent sur le modèle sur la plupart des marchés d'exportation sont parmi les plus élevés.

Comme, en outre, ces droits sont généralement calculés ad valorem et que le prix de revient, et par conséquent le prix de vente, du modèle chez le créateur est déjà élevé, les taxes douanières représentent une lourde charge pour le client étranger.

On justifie dans les pays étrangers l'élévation de ces droits par les raisons suivantes:

Une taxe élevée sur l'importation des objets de luxe et, par conséquent, sur les modèles de Haute Couture, assure aux pays importateurs des ressources considérables vu le prix de ces objets. En outre, de telles taxations ont l'avantage d'être plus populaires et de soulever moins d'objections auprès des Parlements que les droits sur des matières de première nécessité.

Le point de vue purement fiscal en matière douanière est surtout celui des Etats de l'Amérique du Sud, Brésil, Argentine, Chili.

Ces pays n'ont, en effet, à peu près aucune industrie de couture.

Ce n'est donc pas un esprit protectionniste qui a inspiré leurs tarifs sur ce point. Ils ont espéré tirer des taxes à l'importation sur les modèles de la couture parisienne, si prisée par la société sud-américaine, des ressources abondantes.

En fait, leur taxation exagérée n'a eu pour résultat que de diminuer les importations sans grands résultats pour leurs finances.

Par contre, cette politique se révèle de plus en plus comme désastreuse pour la France.

Le modèle d'origine parisien est remplacé, sur les marchés sud-américains, par des copies fabriquées à New-York, copies dont les prix de vente et les frais accessoires (transports, assurances, etc.) sont moins élevés que ceux des modèles d'origine et sur lesquels, par conséquent, la taxe *ad valorem* est moins lourde.

Pour l'Argentine et le Brésil, les principaux articles des tarifs sont les suivants :

<i>Matière dominante</i>	Argentine (pesos)	Brésil
Lainages	31.232	60% (<i>ad valorem</i>)
Soieries	75.264	60% (<i>ad valorem</i>)
Velours de soie	78.08	60% (<i>ad valorem</i>)
Broderies, tulles et dentelles		60% (<i>ad valorem</i>)

Si, jusqu'à une date récente, la question des douanes en Amérique du Sud n'avait pas pour la Haute

Couture une grande importance, ces pays achetant peu, elle commence maintenant à présenter un intérêt capital. Comme on l'a déjà dit, les Grands Etats de l'Amérique du Sud qui s'enrichissent constamment et à un rythme extrêmement rapide sont appelés à constituer pour la Couture française un débouché précieux et dont il ne serait pas étonnant qu'il égalât, dans un temps limité, le marché nord-américain.

La politique de taxation élevée des objets de luxe a trouvé depuis la guerre, dans les pays à monnaie dépréciée, de nouvelles justifications.

Ces justifications sont d'ordre financier et non pas économique ou fiscal: elles sont plus tirées de l'examen de la balance des comptes que des besoins budgétaires ou de la nécessité de protéger les industries nationales.

Les pouvoirs publics se proposent de restreindre les sorties de devises, les règlements à l'étranger, afin de diminuer l'offre de la monnaie nationale instable ou menacée.

Aussi s'appliquent-ils à limiter les importations et en premier lieu l'entrée des marchandises onéreuses, comme les objets de luxe, dont le règlement implique de grosses sorties de devises sans profit immédiat pour l'économie nationale.

Pour y parvenir on a frappé le commerce de luxe de droits considérables à l'entrée.

Quelques-uns, comme la Roumanie en 1929, en sont arrivés à prohiber purement et simplement l'importation.

tation de certains de ces objets : les modèles de couture furent englobés dans cette prohibition.

Mais le plus souvent, même s'il est encore question dans l'exposé des motifs des lois douanières, de tarifs édictés en vue de créer des ressources à l'Etat, ainsi qu'on peut le lire, par exemple, en tête de tous les tarifs douaniers américains, les taxes ont pour objet la protection de l'industrie nationale.

L'exemple le plus en vue actuellement d'un tarif durement protectionniste nous est fourni par les Etats-Unis.

On sait que la doctrine protectionniste est un des articles les plus importants du programme du parti républicain. Depuis plus de 50 ans, c'est autour de cette question que se sont jouées les élections présidentielles.

Elle est la plate-forme des compétitions électorales et elle a, quant à la psychologie des collègues électoraux de ce pays, la même valeur passionnelle que la question des lois laïques, en France de 1900 à 1914.

Elle est considérée par la majorité des citoyens américains comme l'origine et la source de l'immense prospérité dont ont joui les Etats-Unis.

Aussi paradoxal que ce phénomène apparaisse à l'économiste, c'est dans l'élévation du tarif douanier que l'agriculture américaine, dont l'activité et la richesse dépendent de l'exportation, a cru voir le remède à la crise qui s'est abattue sur elle depuis 1922.

Deux leitmotivs soutiennent la politique protec-

tionniste et la justifient auprès de l'opinion publique de ce pays.

Il convient, d'une part, de réserver le marché américain à la production américaine.

C'est l'argument du patronat américain, dont l'attention s'est toujours portée vers les problèmes de la consommation et qui s'efforce de plus en plus de créer et de conserver une large classe de consommateurs pour assurer des débouchés à la production croissante du pays.

D'autre part, du fait de sa main d'œuvre à bon marché, l'industrie européenne se trouverait dans une position de dumping vis-à-vis de la production américaine.

Lui ouvrir largement le marché des Etats-Unis, c'est-à-dire cesser de compenser par des droits à l'entrée la différence des prix de revient, serait amener une réduction des salaires de l'ouvrier américain et, par conséquent, de ce *standart of living* dont la jeune république est si justement fière. L'argument ne manque pas de porter sur les foules qui savent combien leur situation est meilleure que celle des masses ouvrières européennes.

Toucher au salaire serait diminuer la puissance d'achat du salarié : cette diminution aurait la même conséquence.

Enfin le succès, la prospérité sans cesse accrue de l'industrie et du commerce, la richesse grandissante du pays sont venus justifier aux yeux de l'Américain moyen la politique protectionniste.

Cependant, avec le développement de la puissance économique de ce pays, il ne paraît pas qu'une telle position puisse être maintenue très longtemps encore.

Un Etat ne peut se constituer en une économie fermée qu'autant qu'il ne dépend pas dans une mesure importante de l'exportation.

Depuis longtemps sans doute les Etats-Unis exportent largement leurs produits agricoles, le blé, le coton et le bétail notamment, mais ils étaient, jusqu'à une date récente, tributaires dans des proportions considérables de l'étranger pour les produits manufacturés. La loi des débouchés jouait d'une branche de négoce à l'autre.

Depuis la guerre, la situation n'est plus la même.

La production industrielle du pays en général excède largement ses besoins et l'industrie est obligée de se tourner vers les marchés étrangers.

Comment si le marché national reste fermé, ou du moins difficilement accessible aux produits étrangers, les importations paieront-elles les exportations?

Les économistes américains s'efforcent d'attirer l'attention des pouvoirs publics sur cet aspect de la question.

Récemment encore, les représentants des grandes universités américaines demandaient au président Hoover de mettre son veto à la loi douanière Hawley-Smooth que le Sénat devait voter.

Leur manière de voir n'a pas encore conquis la majorité de l'opinion publique non plus que les cercles

industriels, attachés aux bénéfices immédiats que leur assure la haute protection actuelle.

Par contre, elle s'est imposée dans les milieux financiers qui, outre ces considérations, se rendent bien compte que l'Europe ne peut régler autrement qu'en marchandises sa dette formidable envers les Etats-Unis.

Les importations des objets de luxe et notamment les modèles de la couture parisienne dont la clientèle américaine est très avide sont sévèrement frappés.

Même des tarifs démocrates, comme le tarif Underwood de 1912 qui marquait un effort vers l'abaissement des taxes douanières, ont maintenu les droits élevés du tarif Mac Kinley-Dingley de 1890-1896.

Le récent tarif Hawley-Smooth a encore aggravé les taxes déjà si lourdes du tarif Fordney-Mac-Cumber de 1921-1922.

Ces taxes atteignent les chiffres suivants :

Le dollar est traduit pour: 25 francs			
La livre (poids) est la livre anglaise de 453 grammes			
Modèle en	Tarif Fordney-Mac-Cumber	Tarif Hawley-Smooth	
lainage	11.25 + 50 % de sa valeur	12.50 + 60 % de sa valeur	Augment. de 1.25 par livre + 10 % sur la valeur
soie artificielle ..	11.25 + 60 % de sa valeur	11.25 + 65 % de sa valeur	Augment. de 5 % sur la valeur
soie naturelle ...	60 % de sa valeur	65 % de sa valeur	Augment. de 5 % sur la valeur
velours de coton .	50 % de sa valeur	62,5 % de sa valeur	Augm. de 12,50 % sur la valeur

velours de soie ..	60 % de sa valeur	65 % de sa valeur	Augment. de 5% sur la valeur
velours de soie artificielle	11.25 + 60 % de sa valeur	La même somme	Pas d'augmentat.
velours côtelé ...	50 % de sa valeur	La même somme	Pas d'augmentat.
peluche de soie ..	60 % de sa valeur	La même somme	Pas d'augmentat.
soie brodée	75 % de sa valeur	90 % de sa valeur	Augment. de 15% sur la valeur
garni de dentelle en tulle	90 % de sa valeur	La même somme	Pas d'augmentat.
lingerie de soie naturelle :....	60 % de sa valeur	65 % de sa valeur	Augment. de 5% sur la valeur
lingerie garnie de broderie, dentelle.	75 ou 90 % de sa valeur	90 % de sa valeur	Augment. de 15% pour certains articles.

Ainsi qu'on le voit, ces taux sont généralement calculés *ad valorem*. En outre, il s'y ajoute, dans la plupart des cas, un droit spécifique qui se superpose au droit *ad valorem*.

Etant donné le prix déjà très élevé des modèles chez le couturier parisien, ces droits représentent une charge écrasante pour le client et singulièrement pour la femme américaine qui ne peut jouir, comme l'acheteur professionnel, du bénéfice de l'admission temporaire.

A cela s'ajoute que, pratiquement, la taxe de 90 pour 100 prévue à l'article 1.430 relatif aux broderies, tulles, lamés ou dentelles s'applique presque toujours, car il n'est guère de modèles sans lesquels ces matériaux n'entrent dans une proportion quelconque.

Aussi, comprend-on les plaintes continuelles du négociant français à ce sujet.

De nombreuses frictions sont nées de l'application même des tarifs américains.

Elles ont leur origine dans le calcul que l'administration américaine prétendait faire de la taxe en exécution du tarif Fordney-Mac-Cumber de 1922.

Le projet douanier présenté à la Chambre des Représentants disposait que la valeur qui servirait de base à l'application des droits ne serait pas celle des marchandises dans leur pays d'origine, mais la valeur de ces marchandises ou de marchandises similaires sur le marché national. Ce système était connu sous le nom de « American Valuation Plan ».

Il revenait pratiquement à interdire, par suite de l'égalsation des prix de revient, tout commerce international. En outre, il ouvrait les portes toutes grandes à l'arbitraire administratif et aux désirs égoïstes du producteur national au détriment du consommateur.

Adopté par la Chambre des représentants « l'American Valuation Plan » fut repoussé par le Sénat qui se rendit compte des dangers qu'il présentait.

Dans le texte définitif, il ne se survivait plus que par des dispositions toutes nouvelles dans le droit tarifaire américain, dispositions qui donnaient au Président de la République le droit de modifier dans un sens ou dans l'autre les taux fixés par le Congrès afin d'égalsier, s'il l'estimait utile, les coûts de production entre produits nationaux et produits importés.

Le système la « Foreign Valuation » subsistait donc en général.

La valeur devant servir de base à l'application du tarif est la valeur moyenne de la marchandise sur le marché originaire augmentée des frais divers relatifs à l'exportation (transports, assurances, emballages, etc.). Les avantages que le pays d'origine peut consentir aux exportateurs sous forme de primes, exemption d'impôts, etc., s'ajoutent aux prix d'achat et frais accessoires.

C'était le cas pour le commerce français des modèles de couture qui se trouvaient exonérés de la taxe de luxe quand ils étaient exportés.

Les difficultés commençaient quant à la détermination du prix moyen de l'article considéré sur le marché d'origine.

En l'absence de mercuriales ou de statistiques qui, pour beaucoup d'articles comme précisément pour les modèles de Haute Couture n'existent pas, la douane américaine prétendait partir du prix de revient.

Pour connaître ce prix de revient, elle voulait obliger les commerçants exportateurs à se prêter à toutes les investigations que ses agents à l'étranger voudraient effectuer dans les livres et la comptabilité des maisons de commerce.

C'était là une prérogative exorbitante, dépassant même les pouvoirs que la loi française accorde aux agents du fisc français.

Une campagne violente fut menée, en France notamment, contre les exigences du fisc américain qui dut bientôt renoncer à ses prétentions.

La douane américaine se borna à établir pour les

exportateurs français des mercuriales à l'aide des factures qui lui étaient soumises ou de renseignements qui lui parvenaient de diverses sources.

Lorsqu'en 1929, il apparut qu'un nouveau tarif allait être voté aux Etat-Unis, le projet de « l'American Valuation » fut repris.

La menace de se voir appliquer comme base de perception des droits la valeur des marchandises importées sur le marché américain amena les grandes organisations syndicales françaises et particulièrement la Chambre Syndicale de la Couture parisienne à rechercher un *modus vivendi* avec le gouvernement américain.

Les maisons françaises se déclaraient prêtes à soumettre leurs livres aux représentants américains dont le contrôle était entouré de certaines garanties. En particulier celui-ci renonçait à se livrer à l'étude des prix de revient.

Il ne semble pas qu'il faille espérer, d'une manière générale, un changement prochain dans la conception actuelle des Etats-Unis en matière de douane. Le vote récent de la nouvelle loi tarifaire Hawley-Smooth, malgré les protestations du monde entier, en est la preuve.

M. Herbert Hoover, président de la République américaine, fidèle en cela à la doctrine républicaine et aux grands intérêts industriels américains dont il est le représentant le plus averti, a déclaré à Nervark, au cours de la campagne présidentielle :

« Le protectionnisme a été la politique fondamen-

» tale du parti républicain depuis qu'il a été fondé. Le
» parti démocrate s'est déclaré en faveur d'un tarif
» qui maintiendrait une concurrence efficace (effective
» compétition) dans les affaires.

» Cela signifie, je pense, une concurrence efficace
» des produits étrangers contre les produits américains.
» Ce n'est pas une protection...

» La remise en vigueur de ce tarif (tarif démocrate
» de 1912) laisserait entrer aux Etats-Unis un flot de
» produits étrangers, causerait le chômage et l'abaissement
» des salaires et paralyserait l'agriculture
» sur tout le territoire des Etats-Unis. »

Son adversaire, le démocrate Smith reprenait ce thème à Louisville du Kentucky, le 13 octobre suivant, dans un discours qui est presque un abandon total du point de vue démocrate en matière de tarif douanier. Il n'hésite pas à déclarer que la situation spéciale des Etats-Unis oblige le gouvernement à protéger les industriels et les ouvriers américains contre une concurrence étrangère et qui serait facilement ruinieuse.

Il ne nous appartient pas d'examiner ici quelle est la valeur d'ordre général des arguments américains en faveur d'une protection si rigoureuse, mais seulement d'examiner comment s'expliquent les taxes qui frappent l'exportation française et plus particulièrement les modèles de Haute Couture.

Les plus importants de nos postes d'exportations aux Etats-Unis sont, d'après la statistique française,

constitués par les tissus, pour près de 500 millions de francs environ et les vêtements confectionnés pour près de 400 millions de francs.

L'un et l'autre sont durement taxés.

Les taux élevés sur les tissus ont été demandés par l'industrie textile américaine. Celle-ci, une des branches les plus importantes et depuis quelques années les moins prospères aussi de l'économie américaine, s'est longtemps cantonnée dans la fabrication des tissus d'usage courant à bon marché. Mais, depuis la guerre, elle s'est annexée la fabrication des tissus de choix et notamment des soieries et des lainages de qualité supérieure.

Grâce au large et riche marché intérieur dont elle disposait, solidement protégée par la muraille douanière qu'elle avait fait élever, elle est arrivée dans ce sens à des résultats appréciables dont le commerce français et notamment le commerce lyonnais se sont durement ressentis.

Par contre coup, les couturiers et confectionneurs ont demandé, en ce qui les concernait, un tarif compensateur, faute de quoi ils pouvaient craindre que la clientèle, pour éviter des droits sur les tissus non confectionnés, augmenta ses achats à l'étranger, en articles confectionnés s'ils avaient été moins lourdement taxés que le matériau lui-même.

L'industrie textile américaine encouragea ces demandes.

Une analyse un peu serrée du problème des relations du couturier français et de ses clients améri-

cains montrerait d'ailleurs que les uns et les autres sont une sorte d'enjeu dans la rivalité des industries textiles françaises et américaines et que c'est surtout par leur position d'intermédiaire entre ces deux industries qu'ils sont touchés.

On le verra d'une manière plus précise quand on étudiera les tentatives américaines d'emprise sur la couture française.

Mais, à l'heure actuelle, l'industrie textile américaine, même dans la fabrication des tissus de haute nouveauté est majeure : si les barrières dont elle s'est entourée ont pu s'expliquer à l'origine, rien ne les justifie plus. Il y a égalité dans les conditions de concurrence. Aussi serait-il nécessaire que nous obtinssions du gouvernement américain un abaissement des taxes qu'il a fixées pour cette catégorie d'articles et qui, par contre coup, sont venus frapper les vêtements confectionnés.

Sans doute, il n'existe pas aux Etats-Unis de tarifs privilégiés comme c'est le cas en France et généralement en Europe, mais des droits sur telle ou telle catégorie de marchandises provenant presque en totalité d'un même pays, équivalent à une discrimination dans les tarifs. Peu importe que le Japon et la France soient frappés également pour une marchandise donnée si cette marchandise provient de l'un ou de l'autre pays seulement.

Aussi, en contre-partie de notre tarif conventionnel que nous accorderions aux Etats-Unis paraît-il possible

d'obtenir un traitement meilleur pour nos produits de luxe.

Pays libre-échangiste depuis près d'un siècle, l'Angleterre a été contrainte, pendant et depuis la guerre, de chercher des revenus supplémentaires dans les taxes douanières.

Les taxes qui frappent les modèles de couture, infiniment moins lourdes que les taxes américaines, sont les suivantes : elles se limitent d'ailleurs aux modèles dans la confection desquels la soie entre en totalité ou partiellement.

<i>Proportion de la valeur de la soie dans la valeur totale</i>	<i>ad valorem</i>
Jusqu'à 5 %	2 %
— 20 %	10 %
Plus de 20 %	33.1/3 %

Les principaux tarifs européens ont été inspirés à la fois par des considérations protectionnistes, par des exigences budgétaires (parfois même les revenus douaniers sont les gages d'emprunts internationaux comme c'est le cas de l'Autriche touchant l'emprunt qui lui a été consenti sous les auspices de la S.D.N.) ou enfin par des nécessités monétaires, les sorties de devises devant être aussi faibles que possible.

Pour les plus importants de nos clients continen-
taux, les principales taxes sont les suivantes :

<i>Matière dominante</i>	<i>Allemagne</i>	<i>Belgique</i>	<i>Pays Bas</i>	<i>Suisse</i>
Lainages	900 (robes)	20 %	8 %	500 frs.

(sans ornements)	1.050 (mant.)	22 %	8 %	500 frs.
Lainages	mêmes droits			
(avec ornements)	+ 40 %	22 %	8	
Soie artificielle	1.800	25 %	8 %	800 frs.
Soie naturelle	4.000	25 %	8 %	800 frs.
Broderies, dentelles et tulles	4.000	25 %	8 %	800 frs.

La situation de la Haute Couture vis-à-vis des marchés étrangers dont elle dépend plus largement peut être qu'aucune autre industrie française n'est donc pas sans soulever un certain nombre de problèmes délicats.

Sa puissance actuelle, l'heureuse renommée dont elle jouit dans le monde, son importance comme pôle de l'industrie du luxe et du demi-luxe ont fait naître des convoitises tenaces qu'il convient de ne pas méconnaître ou négliger.

Certains efforts n'ont pour but que de l'exploiter, ce sont les moins redoutables quoiqu'ils agissent sur elle, à la manière d'un dissolvant et qu'ils minent chaque jour les bases commerciales de cette Industrie.

La reproduction illicite ou vulgarisation des modèles sans bénéfices pour le créateur, les barrières douanières qui limitant les ventes sur un marché essentiellement international obligent les maisons parisienne à étaler leurs frais généraux sur une production limitée, l'organisation du stylisme enfin dont l'action est peut-être la plus néfaste puisqu'elle tend à déflorer des créations dont la valeur est dans la nouveauté, toutes ces attaques sont, si l'on peut dire, intérieures à la couture. Sans doute, ne peut-elle leur

résister que médiocrement, mais au moins elle est en mesure d'analyser à peu près l'importance et le danger de ces divers parasitismes.

Singulièrement plus dangereuses semblent les tentatives de certains grands consortiums étrangers pour la circonvenir d'abord et la conquérir ensuite.

Elles sont plus dangereuses en effet parce qu'elles sont appuyées sur des moyens financiers considérables, et qu'elles sont menées avec ténacité d'après un plan à longue échéance.

La plus précise de ces offensives de grand style est dirigée par les soyeux américains.

C'est un nouvel épisode de la lutte des industries des étoffes de luxe françaises et américaines.

On a dit que l'industrie de la soie américaine était arrivée, à la suite de la guerre et à l'abri de la muraille douanière dont elle a entouré son marché, à égaler en puissance et en richesse l'industrie lyonnaise jusqu'alors sans rivale appréciable dans le monde.

Celle-ci s'en est rendu compte rapidement et elle a cherché dans la fabrication des tissus de Haute Fantaisie un moyen de se défendre contre la concurrence de son redoutable et jeune adversaire. En donnant une extension considérable à la fabrication des tissus de fantaisie à côté des tissus unis, elle espérait garder ses positions. Elle bénéficiait dans cet essai à la fois des traditions propres à son industrie, le travail de soieries décorées étant aussi ancien à Lyon que la soierie elle-même, du goût et de la puissance créatrice propres à notre race et enfin de l'appui de

la Haute Couture qui, seule, était en mesure de lancer et d'imposer l'usage de ces sortes de tissus.

L'industriel lyonnais demanda des cartons, des projets, des dessins aux plus célèbres artistes de notre temps.

Si donc le renouveau dans les tissus de Haute Nouveauté depuis la guerre est dû en partie au mouvement général de l'art décoratif, il représente d'autre part un moyen de self défense pour l'industrie de la soierie. Il en est de même pour les lainiers.

Créés à Lyon, à Roanne, à Bohain, et lancés par la Haute Couture, nos tissus pénétraient les marchés étrangers malgré la différence de prix et les droits de douane.

Les grands soyeux et les lainiers américains de la région new-yorkaise suivirent bientôt leurs concurrents français dans cette voie. Comme eux, ils cherchèrent des modèles originaux d'étoffes; ils s'adressèrent aussi à des dessinateurs réputés pour leur goût et leur originalité.

Il est curieux de constater qu'ils furent poussés dans cette voie, moins par esprit d'imitation ou de concurrence à l'égard de notre industrie, que parce qu'ils étaient eux-mêmes menacés par la concurrence de l'industrie textile récemment installée dans les comtés du Sud des Etats-Unis où la main-d'œuvre est moins chère et les conditions d'approvisionnement en matière première plus favorables. Comme pour l'industrie lyonnaise, l'orientation de la vieille industrie textile des Etats du Nord vers les tissus de Haute

Fantaisie est une self défense contre les concurrents jeunes et bien placés.

Mais en dehors même d'une aptitude moindre à la création et au renouvellement artistique, il manquait aux tisserands du Nord des Etats-Unis, pour égaler l'industrie française dans ce domaine, tout à la fois l'ambiance de la Haute Couture à laquelle les tissus étaient destinés et l'appui de celle-ci pour les lancer. D'où leurs efforts pour la conquérir.

Le plus remarquable se place en 1923: l'une des plus puissantes organisations textiles américaines alla jusqu'à offrir aux maisons françaises les plus en renom de faire les frais de l'installation d'une société de vente de leurs modèles à New-York, à la condition sous-entendue que les maisons françaises emploieraient ses tissus.

Cette proposition tentante fut repoussée à la suite des remarques des fabricants français qui firent assez justement observer aux couturiers qu'ils les aidaient suffisamment pour n'être pas abandonnés dans une circonstance aussi grave, et que leur adhésion à ces propositions, qui les mettraient en quelque sorte entre des mains étrangères redoutablement armées, aurait comme conséquence à bref délai de déplacer de Paris à New-York le marché des modèles.

Mais si ces efforts encore récents sont restés vains jusqu'ici, ils représentent cependant une menace constante pour le marché parisien de luxe dont la Haute Couture est le pivot.

L'émigration de celle-ci vers d'autres pays aurait

pour conséquence immédiate, non seulement le déclin de l'industrie française des étoffes de luxe, mais encore le départ de toutes les industries annexes comme la dentelle, la broderie, la maroquinerie, et la fantaisie proprement dite.

La mesure dans laquelle la Haute Couture résistera aux sollicitations dont elle est constamment l'objet dépendra en grande partie des satisfactions qu'elle obtiendra à la fois en matière de propriété artistique et sur le terrain douanier. D'heureuses solutions apportées à ces deux problèmes lui permettraient d'adopter une position plus indépendante vis-à-vis de ses riches sollicitateurs.

LE PROBLÈME DU MARCHÉ INTÉRIEUR

La situation de la Couture française sur le marché intérieur est encore excellente. Sans doute l'euphorie monétaire qui a suivi la guerre, la prime que constitua jusqu'en 1926 la baisse lente mais constante du franc et la facilité des affaires qui en résulta ont, en une certaine mesure, eu pour conséquence, dans cette industrie comme dans les autres, de désorienter la production. On vit les maisons se suréquiper, les Etats-Majors furent, dans bien des cas, démesurément augmentés et les divers postes de frais généraux se gonflèrent dans des proportions qui apparaissent comme dangereuses à l'heure actuelle.

Telle affaire qui eut dû rester une entreprise vivant d'une clientèle à moyen limité se haussa au rang de maison de Haute Couture. D'autres se créèrent qui ne disposaient pas des moyens artistiques et techniques suffisants et qui ne durèrent que grâce à l'abondance de la demande, elle-même désordonnée, par l'arrivée d'une clientèle nouvelle riche, dont le goût et la formation étaient insuffisants pour discerner entre les modèles qui lui étaient présentés.

La crise actuelle touche durement de telles maisons qui disparaîtront à bref délai ou devront se transformer.

D'autre part, le chef de maison devra perfectionner son outillage commercial et surtout établir une liaison très complète entre son salon de vente et le studio où le modéliste travaille comme dans une tour d'ivoire, selon ses goûts et ses inclinations personnelles, dans l'ignorance des exigences de la clientèle.

Mais, d'une manière générale, on peut envisager l'avenir avec confiance pour celles des maisons de couture qui créent véritablement, qui sont en mesure d'offrir des modèles de valeur, Paris disposant encore d'un véritable monopole de fait dans ce domaine.

On a vu quels dangers menaçaient cette industrie sur les marchés d'exportation. Le marché intérieur ne cause pas à ses dirigeants des préoccupations de moindre importance.

Jusqu'à une date récente, trois problèmes les sollicitaient, celui de la main-d'œuvre et celui de la taxe de luxe, enfin, celui de la contrefaçon.

Le premier date surtout de la guerre. L'usine qui ne demandait qu'un apprentissage très bref et présentait l'attrait des hauts salaires détournait les jeunes filles des métiers qui, comme celui de couturière, exigeaient un apprentissage très longs.

La main-d'œuvre qualifiée si nécessaire à cette industrie où le machinisme n'a encore guère pénétré menaçait de faire défaut.

Dès le lendemain de la guerre, la Chambre Syndicale de la Couture s'attaqua à ce problème et, par

une sage politique de l'apprentissage, lui donna une heureuse solution.

Parallèlement, les salaires étaient relevés: le salaire de l'ouvrière qualifiée, dite première main, équivalait à celui qu'elle obtiendrait dans un emploi ordinaire et, si elle est douée, elle peut atteindre aux postes de maîtrise, de première ou seconde d'atelier qui lui assureront des appointements qu'elle serait bien en peine d'obtenir dans d'autres métiers.

Une Ecole Supérieure de la Couture vient précisément d'être créée qui se propose de remplacer la formation jusqu'ici empirique des cadres de la couture par une formation plus rationnelle qui s'étendra de l'histoire de la couture jusqu'à l'étude des diverses techniques.

La question de la taxe de luxe, dont le taux s'élevait jusqu'à l'avant dernière loi de finance à 12 %, a reçu aussi une solution. Cette taxe a été ramenée au taux supportable de 3 % et elle ne soulève plus d'autres objections que celles qui s'appliquent généralement à la taxe sur le chiffre d'affaires.

Il était d'ailleurs temps qu'une telle solution intervint, car la cliente particulière, ainsi qu'on l'indiquait plus haut, prenait l'habitude d'aller acheter à Londres, en Italie ou à Bruxelles nos propres modèles, au détriment du marché parisien.

L'angoissant problème de la contrefaçon est malheureusement loin d'avoir reçu une solution aussi favorable.

A la suite d'une campagne qu'elle avait menée en Allemagne contre la reproduction illicite des modèles de la Couture parisienne dans ce pays, *l'Association pour la Défense des Arts plastiques et appliqués* s'est vu répondre par les confectionneurs d'Outre-Rhin que si chacun balayait devant sa porte, la rue serait propre.

Avant de se plaindre et de s'attaquer à la contrefaçon à l'étranger, disaient-ils, il conviendrait que la couture la fit disparaître de Paris où la copie a son centre.

Si la clientèle étrangère ne trouvait pas, à l'ombre même des maisons créatrices, des entreprises de copie, elle serait bien obligée d'acheter les modèles originaux.

Cette remarque ne constituait pas une excuse mais elle n'était que trop fondée.

C'est bien, il faut le reconnaître, de France que la copie inonde les marchés étrangers de contrefaçons des modèles de couture; c'est bien à Paris que s'organise le pillage de cette industrie.

Cette situation s'explique aisément. Il est nécessaire pour le copieur d'être très près de la création afin de l'exploiter rapidement — condition obligatoire de son trafic commercial. D'autre part, la contrefaçon du modèle exige une main-d'œuvre d'excellente qualité et très spécialisée; le copieur ne trouve aisément cette main-d'œuvre qu'auprès des maisons de Haute Couture qui l'ont formée.

L'importance que la copie a prise, les moyens dont

elle dispose font qu'elle constitue un péril immédiat auquel il est urgent de remédier.

Elle atteint non seulement les grandes maisons créatrices à qui elle enlève une notable partie de leur clientèle, mais plus encore peut-être constitue-t-elle une concurrence mortelle pour la moyenne et la petite couture française, puisqu'elle offre les modèles en renom au même prix et souvent à des prix inférieurs à ceux que peuvent consentir ces deux catégories de maison.

Les maisons de copie sont organisées sur un type commun.

Il y a, on l'a vu, dans chacune des grandes collections, une trentaine de modèles à succès. La maison créatrice doit vivre de ces modèles, c'est-à-dire qu'ils ont à supporter à la fois les frais d'établissement du reste de la collection et, les frais généraux ordinaires et commerciaux (publicité, lancement, personnel dirigeant et de vente) de l'entreprise.

Dès le départ, ces modèles se trouvent donc grevés de charges très lourdes. Ainsi s'expliquent leurs prix élevés.

Le copieur s'empare de ces modèles, parmi les dix ou quinze maisons les plus en vogue et se constitue ainsi une collection d'une centaine de robes et manteaux.

Il présente cette anthologie, sans risque commercial le succès ayant déjà marqué les modèles, sans frais même de lancement ou de publicité puisqu'il les vend

avec leur indication d'origine, alors que la maison de Haute Couture, comme toute entreprise commerciale, consacre des sommes considérables pour imposer son nom et qu'elle doit soutenir par une publicité, indirecte généralement, l'effort de ses modélistes.

Enfin, comme il travaille clandestinement, dans des ateliers sans confort et des salons sans luxe, ses frais généraux commerciaux sont réduits au minimum, alors que les maisons créatrices sont obligées de déployer un luxe et un faste en rapport avec le rang, la fortune et les habitudes d'une clientèle qu'il convient d'attacher.

Ainsi, on le voit, les trois postes les plus élevés des frais généraux d'une maison de Haute Couture, à savoir : frais d'établissement de la collection, publicité commerciale, dépenses somptuaires disparaissent de son budget. Comme il élimine à peu près le risque artistique de la collection, en ne copiant que les modèles à succès, il n'a pas à prévoir les importantes réserves nécessaires à la maison créatrice, en cas de mauvaise collection.

Enfin, travaillant en contrebande, il est admis que les ventes se font au comptant. Dans cette jungle règne, en effet, la loi du donnant donnant. Aussi n'a-t-il pas, comme l'entreprise de Haute Couture, à financer pendant de longs mois les ventes à une clientèle qui se plaît à faire traîner les factures.

Le plus important des postes des frais généraux du copieur est dans l'entretien de son service d'espionnage, et dans les ristournes et pourboires qu'il doit

dispenser largement aux complices qui lui apportent les modèles ou qui lui amènent les clients.

On a cherché longtemps la source des fuites exclusivement du côté des ateliers, du personnel d'exécution. Des surveillances menées avec habileté et patience ont permis à des chefs de maisons de dépister les collusions entre copieurs et ouvriers. Pour une rémunération généralement peu en rapport avec le larcin, 50 ou 100 francs, des ouvrières consentaient à sortir des ateliers les patrons des modèles qu'elles exécutaient; des mannequins emportaient le soir, dissimulées sous leur manteau, les robes qu'elles présentaient dans la journée. Les patrons étaient relevés rapidement au cours de la nuit, les robes étaient copiées en l'espace de quelques heures et rapportées le lendemain matin. Enfin, les entreprises de copie plaçaient plus simplement du personnel dévoué dans les maisons de création, personnel qui, après la fermeture des ateliers allait chez le copieur répéter le modèle ouvré dans la journée.

Conscients du danger, les chefs des maisons créatrices organisèrent une police très stricte qui rendit singulièrement plus difficiles ces trafics.

Cependant l'examen serré de cette question, les recherches et les enquêtes faites à ce sujet établirent que cette source n'était pas la plus importante de celles qui alimentaient la copie.

Il semble maintenant certain que les maisons de contrefaçon sont surtout approvisionnées directement ou indirectement par les acheteurs.

C'est à ceux-ci, on l'a vu, que sont d'abord présentés les modèles, et effectuées les premières livraisons.

Obligés de rapporter dans leur pays des collections assez importantes de modèles, ils forment entre eux des sortes d'associations d'achats de manière à limiter leurs dépenses dans des maisons créatrices.

Si, par exemple, quatre acheteurs différents ont besoin chacun de douze modèles, ils conviendront ensemble d'en acheter chacun trois. Dès la livraison des commandes qu'ils exigent aussi rapide que possible, ils porteront ou feront porter les douze modèles achetés en commun dans une maison de copie qui les reproduira trois fois, à des prix très réduits, le copieur trouvant son bénéfice dans la possession du dessin de la robe ou du manteau.

Sur ce premier trafic une autre « combinaison » s'est greffée.

L'acheteur en possession de ses modèles à Paris, où ils lui sont livrés soit chez le commissionnaire qu'il a désigné, soit même directement à l'hôtel où il est descendu, les loue pour quelques heures — le temps d'en relever les dessins et les références — à des copieurs. Avec un peu d'habileté et quelques relations, il arrive facilement à couvrir ses frais d'achats.

Enfin le commerce de la contrefaçon revêt une troisième forme: la vente des toiles.

Le commerce des patrons en toile est peut-être la forme la plus nocive de la contrefaçon.

Une jurisprudence récente a fort heureusement assimilé la reproduction illicite d'un modèle en mous-

seline de coton à la contrefaçon elle-même, mais cette jurisprudence est récente et encore fort discutée.

D'autre part, dans le commerce de la toile, tout élément de risque commercial disparaît; les frais d'établissement sont insignifiants, les installations de vente, les ateliers sont inutiles; une chambre d'hôtel et un petit colporteur suffisent, si bien que le marchand de toile se dérobe à l'exécution du jugement qui le condamne, aussi facilement qu'il pouvait échapper à la surveillance des maisons créatrices.

Il s'est abouché avec des entreprises qui n'ont de maisons de commerce que le nom, mais qui disposent d'un réseau étendu de correspondants étrangers auxquels sont adressés les toiles, croquis et références pour des prix variant de 100 à 200 francs.

Ici, non seulement le créateur dont l'idée volée est vendue à vil prix se trouve laissé, mais aussi le marchand de tissus, le brodeur ou le dentellier qui fournissaient les garnitures. La morte saison atteint plus rapidement l'ouvrière.

Enfin l'acheteur étranger, si facilement en possession des idées qu'il serait venu chercher à Paris, se dispense d'un voyage et d'un séjour chez nous, pour le plus grand dommage de chacun.

Rien n'est plus significatif à cet égard que la circulaire suivante dont le texte a été communiqué à la barre de la XII^e Chambre Correctionnelle de la Seine.

Elle permet de mesurer l'étendue du dommage que le commerce des toiles peut occasionner à la couture.

« *Madame,*

« *J'ai l'honneur de vous informer, par la présente,*
« *que je suis en mesure de vous fournir les derniers*
« *modèles de la Haute Couture de Paris.*

« *Ces modèles font partie des toutes dernières col-*
« *lections, de sorte qu'ils présentent réellement le*
« *dernier cri de la mode. Ils coûtent en original plu-*
« *sieurs milliers de francs.*

« *Je suis en mesure de vous livrer les mêmes*
« *modèles en toile avec un croquis en aquarelle et*
« *sa description détaillée. La toile vous présente la*
« *coupe exacte et l'aquarelle vous en donne l'arran-*
« *gement et les teintes. Ces toiles sont expédiées*
« *comme échantillon sans valeur et arrivent par*
« *conséquent vite et sans frais.*

« *Je livre également des toiles pour fourrures et*
« *des chapeaux modèles en feutre.*

« *Le prix de chaque toile avec l'aquarelle et sa*
« *description s'élève à frs: 105*

« *A la commande de 5 toiles différentes, la*
« *pièce frs: 85*

« *Avec la commande, on voudra bien indiquer si*
« *l'on désire une robe du soir, une robe d'après-midi,*
« *robe de sport (deux pièces), costume tailleur ou*
« *manteau (modèle très fantaisie, fantaisie ou clas-*
« *sique) ainsi que toutes autres indications.*

« *Mes relations suivies et régulières avec les mai-*
« *sons de mode les plus importantes de Paris me*
« *placent au mieux à choisir ceux des modèles qui*

« seront en vogue et qui se prêtent particulièrement à
« la copie.

« En même temps, je me permets de vous offrir
« mes services contre une commission modique pour
« l'achat des modèles originaux ou des copies ainsi
« que des nouveautés en étoffes, broderies, etc..»

« Dans l'espoir que vous voudrez bien m'honorer de
« vos ordres que j'exécuterai avec le plus grand soin,
« je vous prie, Madame, d'agréer l'expression de ma
« parfaite considération.

« P. S. — Correspondance : français, allemand,
« russe et anglais. Prière de visiter mes bureaux
« quand vous viendrez à Paris. »

C'est un fait d'expérience que dans un délai de 10 à 20 jours après les présentations des collections il est aisé de se procurer à Paris les meilleurs des modèles de la saison soit dans les maisons de copie pour un prix d'environ 50 % inférieur à leur prix de vente dans les maisons créatrices, soit sous forme de patrons en toile pour une centaine de francs.

Du fait du pillage des idées, sous la forme du trafic des patrons, nos ventes de tissus, les salaires des ouvriers, les revenus des industries qui vivent du voyageur, aussi bien que les ressources que l'Etat tire de ces diverses activités sous forme d'impôts, s'inscrivent en diminution constante à notre bilan national.

A cela s'ajoute que, très souvent, un modèle quelconque de peu de valeur artistique, imaginé à défaut des modèles originaux par les copieurs, est présenté à une clientèle inexpérimentée sous les noms des

maisons les plus célèbres. Un préjudice moral vient encore s'ajouter au préjudice commercial.

Dans une étude évidemment inspirée, un journaliste s'est efforcé de chiffrer le dommage causé à la création par ce pillage multiforme.

Il estime que près de 500 millions d'affaires échappent ainsi aux entreprises auxquelles ils devraient revenir.

Ce chiffre nous paraît au-dessous de la réalité; car on ne fait pas entrer en ligne de compte le tort causé indirectement à la couture moyenne à laquelle la copie ravit ses clients.

Celle-ci souffre au moins autant que les grandes maisons de cet état de choses. La tentation est trop forte pour la cliente qui peut se procurer une robe d'un couturier en vogue au prix même qu'elle paierait un modèle dans une maison moyenne; elle y succombe, abandonnant son ancien fournisseur dont le tort est d'être honnête et de s'efforcer de créer personnellement.

Or, la moyenne couture est en partie la source et la pépinière des modélistes de Haute Couture, une femme douée, un coupeur de talent, arrivant plus facilement à percer et à s'affirmer dans une maison moyenne que dans une grande maison.

C'est donc pour une large part le recrutement même des créateurs que menace la copie.

Par ailleurs, les maisons de Haute Couture, pour ces raisons, voient leurs ventes diminuer et par consé-

quent leurs frais généraux s'élever en proportion; elles sont obligées de limiter ces derniers.

Ainsi que le remarque justement l'enquêteur cité plus haut, c'est aux lourds frais de la création que les conseils d'administration sont obligés de s'attaquer d'abord, d'où restriction des moyens mis à la disposition du modéliste, de son effort et de sa puissance créatrice au détriment de la couture en général, de sa vigueur et de sa renommée.

A cela s'ajoute encore que le contrefacteur disposant même entre saison, d'intelligences dans les milieux créateurs, livre au fur et à mesure de leur élaboration les idées qui doivent se concrétiser dans les collections prochaines. Il est, dans ce sens, le pourvoyeur de renseignements des stylistes entretenus chez nous par les organisations étrangères et dont on a vu plus haut le rôle et le danger qu'ils présentent, les collections perdant par suite de leur indiscretions leur attrait essentiel, qui réside dans leur nouveauté.

Il n'est pas exagéré de dire que la contrefaçon, dont le centre est bien à Paris, constitue le plus grand des dangers dont est menacée la Haute Couture.

Les couturiers le savent bien. Aussi, depuis longtemps déjà, ils se sont attachés à l'étude des formes de la copie, à dépister ses combinaisons, enfin à s'efforcer de l'atteindre dans ses œuvres vives.

Une telle lutte exige, on le comprend aisément, un effort constant puisque, comme le vol, elle est multiforme et que l'attrait pécuniaire — sans sanctions judi-

ciaires suffisantes on le verra plus loin — qu'elle présente la fait renaître sitôt que frappée.

Plusieurs méthodes s'offraient aux couturiers pour se défendre contre la copie.

Chacune de celles qui ont été appliquées tour à tour s'est révélée insuffisante.

Menacée dans la création qui vulgarisée perdait rapidement de son attrait et de sa valeur commerciale, dans son chiffre d'affaires, que le copieur détournait en partie à son profit, la Couture chercha par la surveillance sévère de ses ateliers et de son personnel (ouvriers des ateliers de modèles, manutentions à supprimer les fuites et les occasions de corruption. C'est à peu près l'histoire de la lutte contre la copie, dans les années qui précèdent immédiatement la guerre.

Les efforts individuels de chaque chef de maison caractérisent cette époque. Ils coïncident avec la promulgation de la loi de 1909, qui a réorganisé la protection particulière aux Arts appliqués et dont, à cette époque, le jeu et les sévérités paraissaient donner toute satisfaction.

Les plus grands noms de la couture: *M. Paul Poiret*, *Mme Gerber*, Fondatrice de la *Maison Callot Sœurs*, les Chefs des Maisons *Worth* et *Paquin* se passionnèrent pour cette bataille.

Mais leur efforts s'avèrent bientôt inefficaces car la copie avait trouvé des nouvelles ressources en modèles dans les combinaisons avec quelques acheteurs étrangers, dans les collusions avec les employés subalternes des maisons de commission. Plus simplement, on

envoyait dans les maisons créatrice des dessinatrices expérimentées qui, au sortir des collections, dessinaient de mémoire les modèles les plus intéressants et les plus recherchés. On s'attachait même des femmes ayant une situation mondaine qui n'hésitaient pas à porter chez le copieur les robes qu'elles achetaient en Haute Couture et dont le prix leur était remboursé par celui-ci.

Dès avant la guerre, il apparut que l'effort individuel des différentes maisons ne suffirait pas et qu'il était nécessaire de mener la bataille à frais communs et d'une manière coordonnée. *M. Paul Poirer*, le plus célèbre des couturiers parisiens d'avant guerre, tentait de fonder un groupement dont le but eut été la lutte en commun contre les contrefacteurs. Cette idée fut reprise sous l'impulsion de *Mme Madeleine Vionnet* qui venait de conquérir une place enviable dans la Haute Couture et le Directeur de sa maison, *M. Dangel*, constituait en 1921 *l'Association pour la Défense des Arts plastiques et appliqués*.

Non seulement cette Association se proposait de coordonner les efforts des couturiers dans la bataille contre la contrefaçon, mais encore, et c'est en cela que son programme était particulièrement attachant, elle associait à l'action des couturiers tous les créateurs d'Art appliqué menacés par ce même péril.

Veillant sur plusieurs fronts à la fois, disposant de ressources importantes, énergiquement menée, il lui était permis d'atteindre et d'émouvoir l'opinion publique, notamment par des campagnes de presse, de

constituer des dossiers sérieux, et une documentation à l'aide desquels elle pouvait informer les pouvoirs publics.

Le magistrat se rendit compte que le dommage causé par le contrefacteur dépassait largement le simple tort occasionné au créateur qui poursuivait et qu'on se trouvait en face d'un véritable péril national dont la Société et son représentant, le Procureur de la République, devaient s'émouvoir.

Pour marquer plus précisément ce caractère d'atteinte à l'ordre social, *l'Association des Arts plastiques* abandonnait à peu près complètement la juridiction consulaire et s'adressait presque toujours au Tribunal Correctionnel, indiquant par là que les créateurs cherchaient moins une réparation pécuniaire que le châtimement d'un délit, d'une manière de vol.

Enfin, intervenant dans la plupart des procès en contrefaçon, elle s'efforçait d'obtenir une jurisprudence homogène et constante.

Son intervention dans ce dernier sens marque l'essentiel de ses efforts. Elle était d'autant plus nécessaire qu'en 1921, époque de la fondation de cette Association, le débat était encore loin d'être tranché, quant à l'assimilation complète à l'Art pur des créations des Arts appliqués en général et notamment des modèles de couture ou de tissus, de broderies et de dentelles.

En d'autres termes, on déniait au couturier, au soyeux, ou au dentellier le droit de choisir pour sa protection entre la loi de 1793-1902 et la loi de 1909, celle-ci lui étant seule applicable aux dires de certains,

malgré l'avis de la doctrine et les intentions du législateur de 1902 qui, en complétant la loi de 1793, avait justement voulu mettre fin aux débats qui s'étaient élevés autour de son texte durant tout le XIX^e siècle.

L'Association des Arts plastiques et appliqués obtint de nombreux jugements, tant en première instance qu'en cour d'appel qui précisaient formellement que le modèle de couture relevait bien de la création artistique.

Sous réserve de l'avis de la Cour de Cassation qui ne s'est pas encore prononcée, la jurisprudence est fixée à l'heure actuelle sur ce point.

L'assimilation de l'art appliqué et de l'art pur touchant la protection légale présentait un double intérêt. Du point de vue de la législation internationale, il eut été regrettable que la France, principale intéressée à une large et facile protection en matière d'arts appliqués, ne donna pas l'exemple dans sa législation intérieure de cette assimilation alors que ses représentants dans les conférences et congrès internationaux la réclamaient des autres pays. La position de nos délégués eut été difficile qui auraient demandé à leurs confrères étrangers de supprimer à peu près complètement toutes formalités quant à l'exercice de la propriété artistique en cette matière, alors que chez nous des formalités, même aussi simples que celles de la loi de 1909, auraient été déclarées nécessaires par nos tribunaux.

L'intérêt n'était pas moindre quant à la répression de la contrefaçon en France ou plus exactement pour

la constatation du délit, étant donné les conditions très spéciales dans lesquelles le copieur exerce son industrie.

On a vu, en effet, que la loi de 1793 met à la disposition de l'auteur des moyens extrêmement simples et surtout rapides de faire constater le vol dont il est l'objet. Il lui suffit de requérir le Commissaire de Police qui se rend au domicile commercial du copieur et y saisit les objets incriminés, lesquels sont scellés et transmis par ses soins au Greffe du Tribunal.

Dans la loi de 1909, au contraire, c'est au Président du Tribunal Civil que l'auteur doit s'adresser par voie de requête; un huissier est commis pour opérer la saisie.

La procédure, on le voit, est moins rapide alors que la rapidité et, si l'on peut dire, l'instantanéité, est la condition nécessaire à la réussite de telles opérations.

C'est qu'en effet, se sentant menacés aussi bien par les maisons elles-mêmes que par les groupements que celles-ci avaient formé entre elles, les copieurs se sont organisés de leur côté.

En règle générale, les contrefacteurs ne gardent plus maintenant les modèles copiés dans leurs locaux commerciaux. Ou bien ils vendent, sur croquis avec essayages et livraisons à date et heure fixées, les copies étant exécutées à l'extérieur par des entrepreneurs, ou bien ils ne gardent les collections que quelques heures chaque jour, le temps nécessaire à la présentation, les copies étant emportées immédiatement après, soit à l'appartement personnel du contre-

facteur, soit chez des complices ou des comparses. Enfin, tel jour on présente les copies de la maison X et le lendemain celles de la maison Y.

Comme le contrefacteur est méfiant par métier, il varie continuellement et les heures d'essayages et les modèles présentés.

Ainsi s'explique que, malgré l'importance de la contrefaçon, les grands coups de filets soient rares, le contrefacteur habile n'ayant jamais beaucoup de modèles chez lui. Il les fait venir de ses cachettes au fur et à mesure de ses besoins.

Le créateur qui prend un copieur en filature n'est prévenu qu'au dernier moment de la présence des copies chez celui-ci; aussi doit-il agir immédiatement faute de quoi il s'exposerait à ne rien trouver de ce qu'il cherche ou à trouver des modèles appartenant à des confrères non présents, modèles qu'il ne pourrait saisir.

Dans ces conditions, il est bien inutile pratiquement de demander au Président du Tribunal Civil une autorisation qui, pour rapide que soit l'examen de la requête, ne sera guère accordée avant deux ou trois jours.

Devant les difficultés, que présentaient ces saisies malgré la procédure rapide de la loi de 1793, les principaux couturiers parisiens décidèrent, en décembre 1928, d'essayer de lutter contre le copieur par des moyens commerciaux. Au lieu de saisir le contrefac-

teur, ils voulaient s'efforcer de lui couper ses principales sources d'alimentation en modèles.

C'est de cette idée qu'est né le « *Groupement de la Couture* » à la fondation duquel ont concouru les Maisons *Callot Sœurs, Jenny, Jeanne Lanvin, Louise Boulanger, Lucien Lelong, Molyneux, Madeleine Vionnet et Worth*. L'importance de ces noms montre assez quel prix la Haute Couture attachait à cette lutte.

Le programme de ce groupement était le suivant :

Etant donné que les maisons de copie se trouvent alimentées, au début des saisons tout au moins, par quelques acheteurs étrangers qui prêtent, louent ou font reproduire les modèles achetés par eux en Haute Couture, toutes les livraisons de maisons adhérentes au groupement seraient effectuées dans le pays où l'acheteur a son domicile et non plus à Paris ou en France.

Cette mesure était générale car il était difficile commercialement de distinguer entre les acheteurs.

C'était le système dit de la « livraison directe ».

D'autre part, il était entendu entre les membres de ce groupement qu'un certain nombre d'acheteurs et même de clientes particulières reconnues à la suite des précédentes enquêtes comme « indésirables » parce qu'on les savait en liaison avec des contrefacteurs se verraient refuser l'entrée des salons des maisons créatrices.

C'était, on s'en rend compte, une politique courageuse. L'acheteur, en général, s'élevait contre l'expé-

dition directe, car il préférerait s'occuper personnellement de ses expéditions craignant que les envois massifs des maisons de couture ne subissent, à cause de leur importance, des retards, tant au moment de l'expédition que, surtout, au cours des opérations de dédouanement.

L'acheteur-américain en particulier, au courant par expérience des multiples incidents que soulèvent les expéditions par mer (avaries, conditions d'embarquement, erreurs dans les destinations, retards dus à des grèves fréquentes, etc...), était nettement hostile à ce système d'expédition. Il ne pouvait s'empêcher de faire valoir que transportant ses précieuses commandes dans ses bagages personnels, il lui était possible de parer facilement aux incidents multiples qui ne manqueraient pas de se présenter, ce qu'un groupement même bien organisé ne pourrait pas faire, étant donné l'importance de son envoi.

Aussi marquait-il une retenue certaine dans ses commandes auprès des maisons adhérentes au groupement réservant de préférence ses achats à ceux des couturiers n'en faisant pas partie.

Mais les maisons groupées eussent volontiers consenti un sacrifice momentané sur leurs chiffres de vente, certaines d'obtenir une large compensation dans les années suivantes, si ces mesures avaient eu pour résultat la ruine des entreprises de contrefaçon.

Or, rien de tel ne s'annonçait, pour les raisons suivantes :

Comme le *Groupement de la Couture* ne comprenait

pas tous les grands leaders de la mode parisienne et que d'importantes maisons n'avaient pas accepté son programme et, par conséquent, continuaient à livrer à Paris, aussi bien d'ailleurs qu'elles n'exerçaient pas un contrôle étroit de leurs salons, la copie trouvait encore dans leurs collections un aliment suffisant à son activité.

A l'aide de ses rapines dans les collections des maisons dissidentes, elle pouvait attendre l'époque à laquelle les premières livraisons des maisons du Groupement arrivaient dans les pays voisins de la France, Belgique, ou Allemagne, d'où les modèles ou leurs copies revenaient en 24 heures à Paris.

Les sondages et saisies opérés en 1929 établirent que, durant les 20 premiers jours suivant les présentations des collections, le copieur avait vécu des modèles des maisons non adhérentes au *Groupement de la Couture*, et ensuite des collections des maisons adhérentes, revenues de Belgique ou d'Angleterre après la livraison.

Sans doute avait-il été un peu gêné dans ses affaires durant le passage des acheteurs, mais il possédait tous les modèles intéressants pour l'époque à laquelle les clientes particulières achètent, époque qui, on l'a vu, est d'environ 3 semaines à 1 mois décalée par rapport aux ouvertures des saisons.

Bien vite on se rendit compte que les sacrifices que le couturier adhérent au *Groupement de la Couture* consentait sur son chiffre, l'inconvénient que présente généralement du point de vue commercial la sou-

mission à des règles communes à de nombreuses maisons commercialement ou traditionnellement orientées vers des clientèles différentes et le manque d'aisance qui en résultait ne trouveraient pas la seule compensation qui fut suffisante, à savoir: la destruction de la copie.

D'autre part, et c'est l'état actuel de la question, une suggestion américaine, dont *M. Jacques Worth* se fit l'interprète et à laquelle d'ailleurs il est à peu près certain que se rangeront, si elle aboutit, les acheteurs européens, était soumise à la couture française.

Les acheteurs américains de bonne foi, et c'est la grande majorité, faisaient remarquer que la copie, les entreprises de style, les trafics de toiles et dessins dont la couture française se plaignait à juste titre, ne leur causaient pas un tort moins grand.

A peine, en effet, arrivaient-ils aux Etats-Unis avec les modèles acquis à Paris, qu'ils constataient que leur marché était déjà submergé de toiles, croquis, indications de toutes sortes envoyés par les bateaux précédents qui permettaient à toute une catégorie de confectionneurs et de fabricants de reproduire les modèles sans les avoir achetés.

Leur sentiment était que cet état de choses s'expliquait par ce fait que les couturiers français, mal renseignés sur le marché américain, recevaient en fait dans leurs salons n'importe quel acheteur.

C'était, à leur avis, compréhensible étant donné l'évolution extrêmement rapide du marché américain,

les remaniements constants dans les firmes et dans le personnel des acheteurs, et la difficulté, par conséquent, d'être très exactement renseigné sur la valeur morale et commerciale de chacun de ceux-ci.

Par contre, il était facile à des commerçants établis sur place et très avertis des conditions du marché américain de dépister les trafiquants de modèles et de les signaler à la couture française.

Le groupe américain se déclarait prêt à fonder aux Etats-Unis une sorte d'association qui serait en liaison avec la couture parsienne et dont le rôle essentiel serait d'habiliter auprès des maisons françaises les acheteurs sérieux et honnêtes.

Des pourparlers ont été entrepris dans ce sens qui n'ont pas encore abouti, faute d'un plan très précis de part et d'autre et aussi parce que les bouleversements financiers du monde depuis novembre 1929, la crise mondiale qui en a résulté ont fait passer momentanément cette question à l'arrière plan.

Toutes ces tentatives ont été utiles. Outre quelles ont permis de placer le problème de la copie sous son véritable jour, que la contrefaçon et ses moyens sont mieux connus, elles ont éclairé l'opinion publique et le magistrat; enfin le copieur a été contraint de travailler dans des conditions de clandestinité telles que son commerce en est gêné.

Cependant, et l'on s'en rendit compte à l'expérience, ces démarches étaient dès l'origine frappées sinon d'impuissance, tout au moins d'insuffisance.

La vanité des efforts entrepris par les créateurs — dans toutes les branches de l'art appliqué — contre la contrefaçon réside à peu près entièrement dans la bénignité des sanctions prévues par notre législation touchant ce délit.

On a vu, en effet, l'importante dépense que comporte la création d'une collection, l'élévation des frais somptuaires et le risque d'insuccès qui accompagnent la tentative créatrice.

Dépenses et risques, tout cela le copieur l'évite; il utilise les idées et les noms des créateurs, enfin la cliente consent au cadre médiocre dans lequel cet entremetteur travaille.

Peu lui importe donc d'inscrire en compensation dans son budget l'amende de 100 à 2.000 francs prévue par l'art. 427 du Code Pénal, ou celle à peu près équivalente, de la loi du 14 juillet 1909.

D'autre part, le dommage dont la preuve est rapportée par la saisie devant le tribunal est loin de correspondre aux bénéfices que le délinquant a retiré de son trafic.

A l'amende, aux dommages intérêts, le contrefacteur peut ajouter les frais d'une procédure qu'il traîne en longueur de manière à s'être enrichi avant d'être récidiviste et d'encourir la peine de prison prévue dans ce cas par l'article 10 de la loi du 14 juillet 1909, l'ensemble de ses débours est loin d'égaliser les sommes dont son compte de frais généraux serait grevé par une exploitation normale.

Une poursuite est même pour le copieur une maniè-

re de publicité: elle confère à ses rapines un caractère d'authenticité vis-à-vis de sa clientèle. On a rapporté à la barre de la XII^e Chambre Correctionnelle l'histoire d'un contrefacteur qui exposait en bonne place dans son salon de vente les citations à comparaître dont il était l'objet de la part des créateurs.

Les juges paraissent s'en être rendu compte. Une série de condamnations prononcées récemment (Mars, Avril et Mai 1930) par le Tribunal Correctionnel de la Seine marquent une tendance toute nouvelle à accorder au créateur des dommages intérêts assez élevés.

Dans les attendus d'un jugement rendu sur la plainte des Maisons *Chanel* et *Madeleine Vionnet*, le juge regrettait même de n'avoir pas à sa disposition une peine de prison pour châtier justement le délit de contrefaçon.

Le juge a vu juste: étant donné le bénéfice que le contrefacteur envisage, des peines pécuniaires même élevées seront presque toujours insuffisantes.

Les peines de prison paraissent seules devoir être efficaces, pour faire disparaître un trafic qui n'est qu'une des formes du vol.

Dès 1925, *l'Association pour la Défense des Arts plastiques et appliqués* déposait, par l'intermédiaire des Députés de Paris, une proposition de loi dans ce sens devant le Parlement.

Plus exactement, elle demandait la modification partielle des articles 10 et 12 de la loi du 14 Juillet 1909.

Ces modifications portaient sur les peines d'une

part et sur la procédure de saisie d'autre part. A côté de l'amende dont le maximum était élevé de 2.000 à 5.000 francs, des peines de prison de un mois à six mois étaient prévues.

Au cas de récidive ou si le délinquant était une personne ayant travaillé pour la partie lésée, l'amende était élevée jusqu'à 10.000 francs et l'emprisonnement de trois mois à un an.

Enfin à la procédure un peu longue de la saisie par huissier après autorisation du Président du Tribunal Civil était substituée la procédure rapide de la loi de 1793; la saisie était effectuée par le Commissaire de Police sur simple requête de la victime de la contrefaçon.

En compensation, la partie qui avait subi la saisie pouvait demander immédiatement au Président du Tribunal Civil d'ordonner le versement, par le saisissant, d'une caution proportionnée à la valeur des objets saisis, en attendant le résultat du procès.

Le *Groupement de la Couture*, établit et soumit en 1930 au Parlement une proposition de loi dans laquelle il reprenait les idées essentielles de la proposition de 1925, touchant d'une part la simplification de la procédure de saisie et d'autre part l'aggravation des sanctions, des peines de prison de 15 jour à 6 mois devant être obligatoirement prononcées par le Juge.

Cependant cette proposition se distinguait assez nettement de la précédente par des nouveautés d'ordre juridique dont les auteurs du prudent projet de 1925 s'étaient gardés.

Son champ d'application se restreignait aux industries de la couture, du tissu décoratif, de la mode, de la chaussure, de la maroquinerie et de la bijouterie-joaillerie

Cette énumération limitative marquait le désir des auteurs de ce projet d'obtenir une législation particulière à certaines industries qui se trouvaient par là même désolidarisées de l'ensemble des industries d'art appliqué.

Cette manière de voir en opposition avec l'esprit de la législation de 1909 et l'effort doctrinal et jurisprudentiel de la fin du XIX^e siècle et du début du XX^e siècle, qui avaient tendu à considérer les créations de la forme dans leur ensemble, sans distinguer entre les industries, l'objet ou la destination de la création, a été vivement attaquée.

On a fait remarquer que ce serait une imprudence de détacher en droit certaines industries de l'ensemble d'un mouvement auquel elles participent du point de vue de la démarche créatrice.

Le danger apparaissent particulièrement en matière de législation internationale; il ne nous serait plus possible de faire entrer ces industries dans les textes larges et compréhensifs protégeant l'art pur ainsi que nous le demandions depuis longtemps si déjà en France nous les avions pourvues d'un code particulier, celui-ci fut-il préférable au droit commun

L'argument ainsi fourni contre l'unité de l'art, et contre la thèse française de la non distinction entre l'art pur et l'art appliqué eut été d'autant plus vigou-

reusement utilisé par les négociateurs étrangers que c'est précisément autour d'industries comme la couture, la mode ou les tissus que, pour des raisons commerciales toujours présentes derrière les thèses juridiques, se livrent les batailles diplomatiques dans les congrès internationaux.

On pouvait craindre que si nous donnions en France l'exemple d'une discrimination entre les industries d'art les négociateurs étrangers en profitassent contre nous, et que certaines industries comme la couture ou les tissus, à la large protection desquelles nous avons le plus grand intérêt, fussent pourvues d'un statut international peu favorable.

La portée de cet argument était d'autant plus grande que, dans le texte proposé, ne figurait pas, comme dans la loi de 1909, une mention réservant les droits éventuels du créateur au bénéfice des autres lois de la propriété artistique.

Faisant état des expériences acquises au cours de plusieurs années de lutte contre la copie, les auteurs du texte de 1930 proposaient en outre une série de mesures toutes nouvelles.

Les unes intéressaient la procédure tant à l'instruction que devant le Juge.

On avait remarqué, en effet, que le contrefacteur poursuivi à la suite d'une saisie, ne manquait pas de se réfugier dans ce qu'on a accoutumé d'appeler le maquis de la procédure, et qu'à l'aide d'expertises, contre-expertises, remises des affaires, appels, etc..., il s'efforçait de traîner en longueur les procès, soit

qu'il escomptât ainsi la lassitude des plaignants, soit plus ordinairement qu'il se proposât de gagner les 4 ou 5 ans qui lui étaient nécessaires pour faire fortune, sans craindre d'être récidiviste.

L'art. 2 de la proposition de loi du *Groupement de la Couture* stipulait que le Tribunal Correctionnel devrait statuer dans les deux mois de l'assignation et, s'il y avait expertise, que les rapports d'experts devaient être déposés dans les deux mois, le jugement étant rendu dans les deux mois suivants.

On espérait ainsi déjouer les manœuvres dilatoires dont les contrefacteurs ne manquaient pas de faire usage.

Comme corollaire à ces mesures, il était proposé (article 6) que les jugements rendus par le Tribunal Correctionnel fussent exécutoires par provision, notwithstanding opposition ou appel et même sans caution.

L'appel n'était suspensif que pour l'exécution de la peine d'emprisonnement si elle était prononcée par le Tribunal.

L'article 4 visait les dommages intérêts. Ainsi qu'on l'a vu, le dommage dont la preuve est rapportée devant le Juge par la saisie, est loin de correspondre au dommage causé au créateur par le délit d'habitude qu'est la contrefaçon. La loi fixait, pour les dommages-intérêts, un minimum équivalent au quintuple de la valeur des objets contrefaits.

Les innovations ainsi proposées, en matière d'appréciation des dommages intérêts, aussi bien que pour l'exécution par provision et sans caution d'un juge-

ment correctionnel étaient assez curieuses du point de vue juridique.

L'art. 7 visait particulièrement les toiles, maquettes, croquis ou dessins dont le cas n'apparaissait pas comme clairement tranché par les lois antérieures et dont on prétendait qu'ils ne pouvaient entraîner l'application de ces lois parce qu'ils constituaient une tentative de contrefaçon non punissable et non une contrefaçon.

Cet article stipulait que la simple détention de croquis ou de toiles constituerait un délit en soi, délit punissable d'une amende de 100 à 5.000 francs, sans préjudice bien entendu des peines de complicité.

Enfin, une série de dispositions accessoires venaient compléter le texte.

Il était notamment prévu que, dans le cas de récidive, la fermeture des établissements dont les propriétaires auraient été condamnés pourrait être ordonnée et que les délinquants ne pourraient, pendant trois années, s'intéresser à des établissements similaires, soit directement, soit par personne physique ou juridique interposée.

On voit le caractère d'exception de cette proposition de loi, caractère largement justifié par l'importance du péril qu'elle tend à enrayer.

Cette proposition, publiée en annexe au procès-verbal de la séance du 20 mars 1930 (Document N° 3046 de la Chambre des Députés) est actuellement soumise à l'examen de la Commission du Commerce et de l'Industrie.

Les problèmes monétaires, la stabilisation du franc, puis, plus récemment, la question de la réorganisation de l'économie nationale ont trop occupé le Parlement pour que des problèmes de détail du genre de celui qui vient d'être examiné aient pu être utilement étudiés. On ne sait pas encore l'accueil que le Parlement réservera aux diverses propositions de loi qui lui sont soumises à ce sujet.

En outre, il ne serait, sans doute, pas inutile d'attendre que la Cour de Cassation se prononçât sur l'application de la loi de 1793-1902 aux modèles de la couture comme il lui est actuellement demandé.

Si elle en admet l'application dans ce cas, la question de l'unité de l'art se trouverait fixée en jurisprudence et la validité des saisies rapides que ce texte permet serait indiscutable. Une des objections des créateurs d'arts appliqués disparaîtrait.

La seule question des sanctions subsisterait et personne ne verrait d'objections à l'aggravation des sanctions prévues aux articles 425 et suivants du Code Pénal qui frappent le délit de contrefaçon.

Peut-être même, est-ce dans ce sens que la Haute Couture aurait intérêt à diriger ses efforts, toute mesure législative ou autre qui risqueraient d'avoir pour conséquence une discrimination entre l'Art pur et l'Art appliqué devant, à notre avis, être évitée à tous prix.

CONCLUSIONS

Développement et contrôle des marchés d'exportation, étude de leur évolution précipitée d'années en années par la marche générale du monde moderne et les bouleversements sociaux qui en sont la conséquence, appropriation facile du modèle et protection des droits du créateur, avant tout marchand d'idées, tels sont les problèmes qui se posent actuellement au couturier.

De leur solution dépend pour une grande part l'activité du commerce français tourné du fait du génie propre à notre race, vers les commerces de luxe et de demi-luxe.

Il est impossible à la couture de les résoudre sans l'appui vigilant et éclairé des pouvoirs publics.

Un pas a déjà été fait lorsque, dans la dernière loi de finances, la taxe de luxe a été ramenée à un taux supportable, le législateur ayant compris qu'un taux exagéré n'avait d'autre résultat que de détourner la clientèle étrangère de la France vers les pays voisins, sans profit appréciable pour le fisc ainsi que le démontrent les statistiques récemment publiées.

Dans le domaine de la protection, il est à espérer que le Parlement prendra prochainement en considération les propositions dont il est saisi, ou tout au

moins envisagera l'élévation des peines qui frappent le contrefacteur, mesures dont on a vu l'importance pour beaucoup de nos industries créatrices.

Plus délicate est la protection en matière internationale puisque, dans ce cas, la solution ne dépend plus de nous seuls.

A défaut de Convention d'Union s'appliquant à un grand nombre de pays et que quelques-uns peuvent empêcher d'aboutir, ainsi qu'on l'a vu récemment à Rome et à Budapest du fait des oppositions italiennes et japonaises, on pourrait se contenter d'unions restreintes ou même de traités particuliers conclus avec les principaux pays, clients de la France.

La protection, dans ces pays, de nos industries d'art appliqué, serait pour nous une excellente monnaie d'échange et une contre-partie intéressante d'avantages que nous serions amenés à leur consentir.

Enfin, l'intervention, bien entendu mesurée et judicieuse, des pouvoirs publics, pourrait encore se faire sentir à l'intérieur même de l'industrie de la couture.

Trop souvent on s'est plaint des divergences de vues qui régnaient entre ses membres, de l'impossibilité où ils étaient de se mettre d'accord sur un programme commun, et on tourne volontiers en ridicule les efforts de certains de leurs groupes ou groupements dont on prétend volontiers qu'ils ne sont que des chapelles.

On assure souvent que leurs ententes ne peuvent subsister qu'à condition de n'avoir pas de programmes et que d'ailleurs une analyse profonde de cette profession montrerait que l'originalité, l'indépendance,

le quant à soi, en un mot l'individualisme ou même l'individualité, constitueraient sa loi véritable et sa nécessité intime.

Mais c'est prendre les effets pour la cause. Si les ententes entre couturiers n'ont eu qu'une activité éphémère ou ont été contraintes, pour durer, à une vie larvaire, c'est parce que leurs revendications et leurs programmes n'ont trouvé, auprès de l'opinion d'une part mais surtout des pouvoirs publics, qu'un accueil bienveillant certes, mais narquois.

De là est née dans la couture une sorte d'indifférence à l'action concertée, dont beaucoup doutent qu'elle puisse être efficace.

Mais cette prévention, les pouvoirs publics protecteurs et guides de l'industrie nationale ont le devoir de la faire disparaître, surtout à une époque où l'on se préoccupe si justement de l'économie dirigée.

Vu et permis d'imprimer:

Le Recteur de l'Académie de Paris:

S. CHARLETY.

Vu:

Le Président,

M. TRUCHY.

Vu:

Le Doyen,

H. BERTHELEMY.

BIBLIOGRAPHIE

Archives de la Chambre Syndicale de la Couture.

Archives de l'Association pour la défense des Arts plastiques et appliqués.

Archives du Groupement de la Couture.

Statistique mensuelle du commerce extérieur de la France.

POUILLET. — *Traité théorique et pratique de la propriété littéraire et artistique.*

— *Traité théorique et pratique des dessins et modèles industriels.*

ALLARD ET CARTERON. — *La mode devant les Tribunaux.*

F. W. TAUSSIG. — *Libre échange, tarif douanier et réciprocité.*

SCHLESINGER. — *Die zollpolitik der Vereingniten Staaten von Amerika.*

PERRY BELMONT. — *Le tarif douanier.*

ARNAUNE. — *Le commerce extérieur et les tarifs de douane.*

GERMAIN MARTIN — *La grande industrie sous le règne de Louis XIV.*

NOGARO ET MOYE. — *Les régimes douaniers.*

Princesse BIBESCO. — *Noblesse de robe.*

LOUIS ROUBAUD. — *Au pays des mannequins.*

GEO LEFEBVRE. — *Au secours de la couture.*

JEAN-CHARLES WORTH. — *A propos de la mode (Revue de Paris, 15 mai 1930).*

JACQUES WORTH. — *Rapport au congrès de l'Expansion économique. (1929).*

Bulletins de l'Association littéraire et Artistique (passim).

Le Droit d'Auteur (passim).

G. MAILLARD. — *Rapport au congrès de Washington (1911).*

Table des Matières

INTRODUCTION	7
GÉNÉRALITÉS.	
Origines de la Haute Couture en tant qu'industrie d'art. Le modéliste. Naissance de la mode. Les collections	13
L'appropriation du modèle de couture, son intérêt économique	31
Les différentes législations protectrices. De l'artiste et de l'ingénieur. De certaines législations étrangères	35
L'ORGANISATION INTÉRIEURE.	
LES FOURNISSEURS. — Soyeux et lainiers. La vente à condition. Fournisseurs et couturiers. De diverses industries rattachées. La solidarité de toutes ces industries	57
LA CLIENTÈLE. — Les différentes catégories de clients. Organisation des marchés de couture à l'étranger. Le commissionnaire. La clientèle particulière. Le dilemme du couturier	65
LES COLLECTIONS. — Saisons et demi-saisons. Composition d'une collection. Présentations et commandes	85
EVOLUTION DE LA CLIENTÈLE.	93
LE PROBLÈME DE L'EXPORTATION.	
LES MARCHÉS ÉTRANGERS. — Les marchés d'exportation. Grande Bretagne et Etats-Unis. Stylistes	

et location de modèles. Les marchés européens. D'un droit de reproduction pour le couturier. De deux essais pour l'établissement d'un droit d'auteur	99
--	----

PROBLÈME DOUANIER. — Les divers systèmes douaniers dans les pays principaux clients de Haute Couture. Amérique du Nord et du Sud. Pays européens. Les convoitises étrangères touchant la Haute Couture française. La rivalité des textiles français et américains	119
---	-----

LE PROBLÈME DU MARCHÉ INTÉRIEUR.

La contrefaçon. Organisation de la copie. Le trafic des toiles	139
--	-----

Les efforts des couturiers contre la copie. <i>L'Association pour la défense des Arts plastiques et appliqués</i> . Le décret loi de 1793 appliqué aux modèles de couture. Le « <i>Groupement de la Couture</i> » et son activité de 1928 à 1930. Projets américains d'entente entre acheteurs et couturiers. Résultats insuffisants de ces efforts. Proposition de loi de <i>l'Association pour la défense des Arts plastiques et appliqués</i> . Projet du « <i>Groupement de la Couture</i> ». Examen de ces projets. Modifications aux art. 425 et suivants du Code Pénal	149
---	-----

CONCLUSION	171
------------------	-----
